

Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyi
Bakı Dövlət Universiteti

MAGİSTRATURA PİLLƏSİ ÜÇÜN

«TURİZM VƏ OTELÇİLİK» ÜZRƏ
FƏNN PROQRAMLARI TOPLUSU

(I-II)

İxtisas: - «Turizm və otelçilik»

Bakı Dövlət Universiteti
Coğrafiya fakültəsi Elmi
Şurasının 2013-cü il 23
may tarixli 8 sayılı iclasın
qərarı ilə təsdiq
edilmişdir (protokol
№8.23.V.2013)

Bakı – 2013

Tərtib edənlər: Soltanova H.B., Dərgahov V.S.,
Əhmədova İ.İ., Muradzadə V.A., Səfərov R.S.,
Rəhimov S.H., Ağakərimov M.M.,
Teymurova G.M.

Elmi redaktor: Soltanova Həbibə Bayraməli q. –
Xarici ölkələrin iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm
kafedrasının müdiri

Rəy verənlər: BDU İqtisadi və sosial coğrafiya
kafedrasının müdiri, c.e.d. prof. Həsənov T.G.,
Azərbaycan coğrafiyası kafedrasının müdiri, c.e.d.
prof. V.Ə. Əfəndiyev, AMEA, akad. H.Ə. Əliyev
adına Coğrafiya İnstitutunun iqtisadi və siyasi
coğrafiya şöbəsinin müdiri, c.e.n., dos. N.Ə.Paşayev

İzahat vərəqi

BDU-nun Coğrafiya fakültəsində 1997/98-ci tədris ilindən Xarici ölkələrin iqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm kafedrasının xətti ilə “Ölkəşünaslıq və beynəlxalq turizm” (060009), 1998/99-cu tədris ilindən “Dünyanın iqtisadi və sosial coğrafiyası” (060015), 2004/2005-ci tədris ilindən “Turizm və sosial-mədəni servis xidməti”(030003), 2011/2012-ci tədris ilindən Dünya təsərrüfatının coğrafiyası (060015) ixtisasları üzrə magistr hazırlığı aparılmışdır. 2012/2013-cü tədris ilindən “Turizm və otelçilik” ixtisasında **(060803)** 4 ixtisaslaşma üzrə magistr hazırlığına başlanılmışdır. Bu ixtisasda ixtisaslaşmalar yeni olduğuundan magistratura pilləsi üçün Ali Təhsil pilləsinin Dövlət standartına uyğun olaraq yeni tədris proqramlarının hazırlanmasına zərurət yaranmışdır. “Dünyanın iqtisadi və sosial coğrafiyası”, “Turizm və sosial-mədəni servis xidməti” ixtisaslarında tədris olunan

fənn proqramları 2006-cı ildə hazırlanmış topluda çap olunmuşdur. Bu fənn proqramlarında bəzi dəyişikliklər edilmişdir. Fənn proqramları toplusu 5 bölmədən ibarətdir: ümumi hazırlıq fənləri, otelçilik, turizm işi, beynəlxalq turizm və ölkəşünaslıq, sosial-mədəni sahədə servisin təşkili üzrə ixtisaslaşmalara aid olan fənlərdir. İxtisaslaşmalar üzrə ümumi keçilən fənlər vardır. Yeni hazırlanmış topluya daxil edilən proqramlarda magistr hazırlığı üçün konkret halda ən mühüm məsələlərdən bəhs edilir. Proqramı tərtib edən müəlliflərin adı, soyadı mündəricatda göstərilir.

I. ÜMUMİ HAZIRLIQ FƏNLƏRİ

Turizmin tədqiqat üsulları

İzahat vərəqi

Turizm təhsili alan tələbələr bakalavr pilləsini bitirdikdən sonra magistratura, doktoranturada təhsillərini davam etdirmək istəyirlər. Magistrant və doktorantlar isə nəzəri biliklərə yiyələnməklə daha dərin tədqiqatlar aparırlar. Elmin müxtəlif sahələrində olduğu kimi turizmdə də tədqiqat

aparılarkən elmi-nəzəri və təcrübi metodlardan istifadə edilir. Bunu nəzərə alaraq “Turizm və otelçilik” istiqamətində müxtəlif ixtisaslaşmalar üzrə təhsil alan magistrantlara “Turizmin tədqiqat üsulları” fənni tədris edilir. Fənnin tədrisi 30 saat (15 s.müh., 15 s. məş.) nəzərdə tutulmuşdur.

Fənnin tədrisində tələbələrə turizm fəaliyyətinə tətbiq edilən üsulların məqsədi və mahiyyəti, turizm biznesində menecment və marketing, iqtisadi-riyazi metod və modelləri, turizmdə beynəlxalq əməkdaşlığın metodoloji əsasları haqqında bilgilər aşılanır.

Mövzular üzrə saatların paylanması

| № | Mövzular | Cəmi | o cümlədə | |
|---|--|------|-----------|------|
| | | | müh. | məş. |
| 1 | Turizmdə elmi-tədqiqatların məqsəd və vəzifələri | 4 | 2 | 2 |
| 2 | Turizm fəaliyyəti tədqiqatlarına metodoloji yanaşma | 4 | 2 | 2 |
| 3 | Turizm fəaliyyəti tədqiqatlarında ümumelmi metodların tətbiqi | 4 | 2 | 2 |
| 4 | Turizm biznesində menecment və marketing üsulları. | 4 | 2 | 2 |
| 5 | Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyəti üsulları | 4 | 2 | 2 |
| 6 | Turizm müəssisəsində istifadə olunan maliyyə-iqtisadi fəaliyyət üsulları | 4 | 2 | 2 |

| | | | | |
|--------------|---|-----------|-----------|-----------|
| 7 | Turizmdə proqnozlaşdırmanın elmi üsulları | 4 | 2 | 2 |
| 8 | Beynəlxalq turizm əməkdaşlığında istifadə olunan metodika | 2 | 1 | 1 |
| Cəmi: | | 30 | 15 | 15 |

Mövzular və onların məzmunu

1. Turizmdə elmi-tədqiqatların məqsəd və vəzifələri

Regionların inkişaf proqramının nəzəri cəhətdən işlənilməsi. Turizmin inkişafının intensivləşdirilməsi ilə bağlı elm qarşısında duran məsələlər. Turizmdə elmi tədqiqatların məqsədi. Turizmin inkişafında axtarış istiqaməti. Turizmin inkişaf strategiyası. Turizmdə taktika. Cəmiyyətin inkişafında turizmin əhəmiyyəti.

2. Turizm fəaliyyəti tədqiqatlarına metodoloji yanaşma

Elmdə metodologiya və onun mahiyyəti. Ümumi, xüsusi və şəxsi metodologiya. Bunların prinsipləri. Turizm fəaliyyəti tədqiqatlarında metodologiyanın rolu. Turizmdə elmi-tədqiqat metodları və bunların məzmunu. Tədqiqatın mərhələləri. Tədqiqatın növləri. Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Turizmdə

tədqiqat metodlarına tələblər. Turizm metodologiyasında əsas prinsiplər. Turizmdə elmi tədqiqatların xüsusiyyətləri.

3. Turizm fəaliyyəti tədqiqatlarında ümumelmi metodların tətbiqi

Turizm fəaliyyətində ümumelmi metodların əhəmiyyəti. Turizm fəaliyyətində təhlil və sintez üsulları. Eksperiment tədqiqatın təcrübi üsulu kimi. Turizm tədqiqatlarında dərkətmə üsulu. Tarixi və ekspert qiymətləndirmə üsulları. Turizm fəaliyyəti tədqiqatlarında xüsusi (özəl) üsulların tətbiqi. Turizmdə real proseslərin modelləşdirilməsi tədqiqat üsulu kimi.

4. Turizm biznesində menecment və marketing üsulları.

Turizm fəaliyyətində idarəetmə üsulları. Turizmdə idarəetmə sistemi layihə üsulu. Turizm müəssisəsinin bazar strategiyasının formalaşmasını müəyyən edən üsullar. Turizm müəssisəsinin idarəetmə üsulu və onun xüsusiyyətləri.

Turizm müəssisəsinin fəaliyyətinin marketing xüsusiyyətləri. Turizmdə istifadə olunan səciyyəvi

tədqiqat üsulları. Turizm məhsulunun realizə olunması üsulları.

5. Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyəti üsulları

Turizm müəssisəsinin iqtisadi imkanlarının müəyyən edilməsi. Müəssisənin turizm bazarında fəaliyyəti. Turizm bazarında rəqabət mühitinin səciyyəsi. Rəqabətin üstünlüyünün aşkar edilməsi və tədqiqi üsulları. Turizm biznesində marketinq tədqiqatı. Turizm müəssisəsi rəhbərinin qəbul etdiyi idarəetmə qərarları. Turizm biznesinin inkişafına yönəldilmiş üsullar.

6. Turizm müəssisəsində istifadə olunan maliyyə-iqtisadi fəaliyyət üsulları

Turizm müəssisəsinin maliyyə vəziyyətinin qiymətləndirmə üsulları. Turizm müəssisənin maliyyə fəaliyyətinin təhlili. Turizm müəssisəsinin fəaliyyətinin daxili audit nəzarət üsulları. Təftiş daxili nəzarətin mühüm sahəsi kimi.

7. Turizmdə proqnozlaşdırmanın elmi üsulları

Turizm biznesinin inkişaf perspektivləri. Turizm biznesində proqnozların təsnifatı. Proqnozlaşdırma

üsulları. İşgüzar fəaliyyətin proqnozları. Turizmdə strateji alternativin müəyyən edilməsi.

8. Beynəlxalq turizm əməkdaşlığında istifadə olunan metodika

Turizmdə beynəlxalq əməkdaşlığın prinsipləri. Turizmdə beynəlxalq əməkdaşlıq prinsiplərinin mahiyyəti. Turizmdə beynəlxalq əməkdaşlığa təsir edən amilər.

Ədəbiyyat:

Əsas:

1.Barçukov İ.S. Metodı nauçnıx issledovaniy v turizme. M.: «Akademiə», 2008, 224 s.

2.Maerqoyz İ.M. Metodika mëlkomasştabnıx gkonomiko-qeoqrafıçeskıx issledovaniy. M.: MQU,1981,137 s.

3.Gkonomika i orqanizaüiə mejdunarodnoqo turizma: mejdunarodnıy turizm. Pod red. İ.İ.Rəbovoy i dr. M.: KNORUS, 2005

Əlavə:

4.Həsənov T.G. Coğrafiyanın tədqiqat metodları. Bakı Universiteti nəşriyyatı. 1990.

5.Vinoqradova M.V. i dr. Bizneü-planirovanie v industrii qostepriimstva. M.: «VİNİTİ», 2012

II. İXTİSASLAŞMA: OTELÇİLİK

Mehmanxana biznesi

İzahat vərəqi

Mehmanxana biznesi turizm sektorunda ən mühüm sahədir. Turizm inkişaf etmiş dünya ölkələrinin bu sahədə təcrübəsi də sübut edir ki, müasir mehmanxana biznesinin inkişaf tarixi XIX əsrə təsadüf edir. Mehmanxana fəaliyyətinin təşkili, fərdi və kollektiv mehmanxana xidmətinin təklif olunması, yerləşmə vasitələrinin təsnifatı, idarə olunması, müştərilərlə iş və mehmanxana fəaliyyəti ilə bağlı digər məsələlərə yiyələnmək məqsədilə “Mehmanxana biznesi” fənninin tədrisi zəruri sayılmışdır. Bu fənnin tədrisinə 45 saat (30s. müh., 15s. məş.) ayrılmışdır.

Mövzular üzrə saatların paylanması

| № | Mövzular | Cəmi | o cümlədən |
|----------|-----------------|-------------|-------------------|
|----------|-----------------|-------------|-------------------|

| | | | müh. | məş. |
|--------------|---|-----------|-------------|-------------|
| 1 | Fənnin predmeti, məqsəd və vəzifələri | 4 | 2 | 2 |
| 2 | Turizm-mehmanxana biznesinin davamlı inkişaf konsepsiyası | 4 | 2 | 2 |
| 3 | Turizm mehmanxana biznesinin qlobal aspektləri | 6 | 4 | 2 |
| 4 | Mehmanxana məhsulunun strukturu və xüsusiyyətləri | 6 | 4 | 2 |
| 5 | Mehmanxana bazar anlayışı kimi | 4 | 2 | 2 |
| 6 | Mehmanxanalarda yerləşdirmə bazarları. | 4 | 2 | 2 |
| 7 | Mehmanxanalara tələbatın mənbələri | 4 | 2 | 2 |
| 8 | Mehmanxana bazarının segmentləri | 2 | 1 | 1 |
| 9 | Mehmanxanaların marketinq istiqaməti | 6 | 4 | 2 |
| 10 | Mehmanxana biznesində kommunikasiya üsulları | | | |
| 11 | Mehmanxananın plan və strategiyası | | | |
| Cəmi: | | 45 | 30 | 15 |

Mövzular və onların məzmunu

1.Fənnin predmeti, məqsəd və vəzifələri

Yerləşdirmə müəssisələri turizm industriyasının mühüm segmenti kimi. Yerləşdirmə vasitələri.

Turistləri yerləşdirmə vasitələrinin təsnifatı. Turizm-mehmanxana infrastrukturu. Mehmanxana xidmətinin realizasiyası və turizm biznesinin davamlı inkişafı.

2.Turizm-mehmanxana biznesinin davamlı inkişaf konsepsiyası

Mehmanxana biznesinin davamlı inkişafına zərurətini yaranması. Bu sahədə strateji planlaşdırmanın mahiyyəti. Tələb amilləri. Təklif amilləri. Turizm-mehmanxana biznesinin səmərəli inkişafı, istifadəsi və idarə olunması məqsədilə institusion elementlər. Turizm-mehmanxana xidmətinin davamlı inkişafının planlaşdırılmasının əsas istiqamətləri.

3.Turizm mehmanxana biznesinin qlobal aspektləri

Turizm –mehmanxana biznesinə regional, ümummilli və yerli səviyyələrdə yanaşma. Regional və ümummilli səviyyədə yanaşmalarda nəzərə alınan mühüm cəhətlər. Davamlı turizm-mehmanxana biznesi iqtisadi inkişaf modeli kimi. Davamlı turizm-mehmanxan biznesinin əsas məqsədi. Davamlı turizm-mehmanxan biznesinin əhəmiyyəti.

4.Mehmanxana məhsulunun strukturu və xüsusiyyətləri

Mehmanxana məhsulu anlayışı. Mehmanxana məhsulunun strukturu. Mehmanxananın əsas məhsulu. Mehmanxananın əlavə məhsulu. Mehmanxanada xidmətlər. Mehmanxanada yanaşı xidmətlər. Əməliyyat menecerinin məsuliyyəti. Mehmanxana məhsulunun keyfiyyətinin yüksəldilməsi imkanları. Mehmanxana məhsulunun cəlbediciliyinin yüksəldilməsi. Gigiyena amili.

5.Mehmanxana bazar anlayışı kimi

Mehmanxananın bazar anlayışı kimi sxemi. Mehmanxananın mövqeyi (yerləşməsi). Mehmanxananın rahatlığı. Mehmanxana xidməti. Mehmanxananın imici. Mehmanxananın qiyməti. Mehmanxananın xidməti və xidmətlər məhsul kimi.

6. Mehmanxanalarda yerləşdirmə bazarları

Mehmanxana müştərilərinin yerləşdirmə məqsədilə kateqoriyaları. Müştəri-məzuniyyət. Biznes-müştərilər. Mehmanxanalarda digər müştəriləri. Məhmanxananın ictimai qidalanma bazarı. Mehmanxana

restoran və barları. Restoran və barların ikinci dərəcəli müştəriləri. Üçüncü dərəcəli müştəriləri.

7.Mehmanxanalara tələbatın mənbələri

Mehmanxanadan istifadənin müxtəlif mənbələri. Mənbələrin əsas tipləri. Peşəkar fəaliyyətlə bağlı mənbələr. İstirahətlə bağlı mənbələr. Nəqliyyatla bağlı mənbələr.

8.Mehmanxana bazarının seqmentləri

Mehmanxana bazarının seqmentlərə ayrılmasının təsir etdiyi amillər. Mehmanxana bazarı seqmentlərinin növləri. Sosial –iqtisadi təsnifat və sosial dərəcələr. JİCNAKS-in təyinatına görə sosial dərəcələr və onların izahı. Mehmanxana xidmətlərinin alışı və ödənilməsi. Alış üzrə agentin müəyyən edilməsi. Mehmanxana xidmətinin ödənilmə mənbəyinə görə müştərinin tipləri.

9.Mehmanxanaların marketing istiqaməti

Mehmanxana biznesi siyasətinin məqsədi. Mehmanxana biznesi siyasətinin istiqamətləri. Mehmanxana biznesinin başlıca iştirakçıları. Mehmanxana müştəriləri, işçiləri, sahibləri və onların maraqları. Dünyada ən iri mehmanxana operatorları və onların fəaliyyəti. Mehmanxana rəhbərlərinin

vəzifələri. Mehmanxanalrın idarə edilməsində rəhbər prinsiplər. Ümumi və xüsusi siyasət. Məşğuliyyət və ya personal siyasəti.

10.Mehmanxana biznesində kommunikasiya üsulları.

Mehmanxananın məqsəd və siyasətinin müəyyən edilməsi. Məqsəd və siyasətin müəyyən edilməsi mehmanxana rəhbərliyinin öhdəçiliyi kimi. Məqsəd və vəzifənin dəyişkənliyi.

Mehmanxana konsepsiyası. Etik standartlara aid olan əsas prinsiplər.

11. Mehmanxananın plan və strategiyası

Mehmanxana biznesində planlaşdırma. Plana mehmanxananın strategiyası kimi baxılması. Mehmanxananın strategiyası plan və məqsəd arasında əlaqə kimi. Mehmanxananın strategiyası otel biznesində planların reallaşdırılması üçün zəruri vasitə kimi. Mehmanxana idarəetmə strukturu.

Ədəbiyyat:

Əsas:

1.Barçukov İ.S. i dr. Qostiniçny biznes v industriə razmeheniə turistov. M.: KNORUS, 2012

2. Bıstrov S.A. Finansoviy menedjment v turizme. Sankt-Peterburq, «Qerda», 2008
3. Vınoqradova M.V. i dr. Bizneü-planırovanıe v industrii qostepriıstva. M.: «VİNİTİ», 2012
4. Duroviç A.P. Marketing v turizme. M.: İNFRA-M., 2012

Mehmanxanaların idarə olunması

İzahat vərəqəsi

Azərbaycanın zəngin qonaqpərvərlik tarixinin mövcud olduğu məlumdur. Hazırda sürətlə inkişaf edən turizm və qonaqpərvərlik sənayesinin formalaşması bir sıra amillərin təsirinə məruz qalır. Bu amillərin ən mühümləri iqtisadi inkişaf, siyasi vəziyyət, investisiya mühitinin vəziyyəti, işgüzar fəaliyyətin mümkünlüyü, ticarət və xidmətlər sferasının inkişafı, təhlükəsizlik dərəcəsi və s.-dir.

Bu və ya digər amillər bu gün Azərbaycanın qonaqpərvərlik və turizm sənayesinə güclü təkan vermişdir. Hazırda bu istiqamətdə sürətli inkişaf müşahidə olunur. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin məlumatına əsasən 2012-ci ildə respublika üzrə yerləşdirmə

müəssisələrinin sayı 508-ə bərabər olmuşdur. Bunların 95%-i otellərdir.

Azərbaycanda otelçilik sahəsində inkişaf onların idarə olunmasında yerli kadrlara olan tələbatı artırır. Bu məqsədlə turizm və otelçilik ixtisasına yiyələnən magistrantlara «Mehmanxanaların idarə olunması» fənninin tədrisini zəruri hesab etmişik. Bu fənnin tədrisinə 60 saat (30 s. müh., 30 s. məş.) ayrılmışdır.

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| № | Mövzular | müh | məş | cəmi |
|----------|--|------------|------------|-------------|
| 1 | Fənnin predmeti, məqsədi və vəzifəsi | 2 | 2 | 4 |
| 2 | Otellərdə franqayzinq idarəetmə üsulu | 2 | 2 | 4 |
| 3 | Müqavilə yolu ilə mehmanxanaları idarəetmə | 2 | 2 | 4 |
| 4 | İcarə yolu ilə mehmanxanaları idarəetmə | 2 | 2 | 4 |
| 5 | Otellərdə Baş menecer və onun vəzifələri | 2 | 2 | 4 |
| 6 | Baş menecer köməkçisi və gecə müdirinin vəzifələri | 2 | 2 | 4 |
| 7 | Ön büro şöbəsinin vəzifələri | 2 | 2 | 4 |
| 8 | Ön büro şöbəsinin müdiri və onun köməkçisinin vəzifələri | 2 | 2 | 4 |
| 9 | Ön büro və rezervasiya şefi və onların | 2 | 2 | 4 |

| | | | | |
|----|--|-----------|-----------|-----------|
| | vəzifəsi | | | |
| 10 | Qida və içkişövəsinin müdiri və onun vəzifəsi | 2 | 2 | 4 |
| 11 | Mərtəbə xidməti şöbəsi və onun personalının idarə olunması | 2 | 2 | 4 |
| 12 | Kadrlar şöbəsi və onun fəaliyyətinin idarə olunması | 2 | 2 | 4 |
| 13 | Mühasibatlıq şöbəsi və onun işçilərinin idarə olunması | 2 | 2 | 4 |
| 14 | Mühasibatlıq şöbəsinin müdiri və onun vəzifəsi | 2 | 2 | 4 |
| 15 | Qiymət və mənfəət nəzarət şöbəsinin öhdəlikləri | 2 | 2 | 4 |
| | Cəmi | 30 | 30 | 60 |

Mövzular və onların məzmunu

1. Fənnin predmeti, məqsədi və vəzifəsi

Fənnin tədris olunmasının məqsəd və vəzifələri. İlk yerləşdirmə müəssisələri və onların idarə olunması. Mehmanxana təsərrüfatının formalaşma mərhələləri. Mehmanxana təsərrüfatının inkişafına təsir edən amillər.

2. Otellərdə françayzinq idarəetmə üsulu

Françayzinq anlayışı. Beynəlxalq Françayzinq Təşkilatları Assosiasiyası françayzinq haqqında. Françayzinq sistemin əsasınının ABŞ-da yaranması.

Mehmanxana sənayesində franqayzinqlə məşğul olan ən iri şirkət.

Franqayzer. Franqayzer və franqayzi arasında müqavilə. Müqavilənin əsas elementləri.

Franqayziq müqaviləsinə xitam vermək üçün potensial səbəblər.

Franqayziq sisteminin hər iki tərəf üçün müsbət və mənfi cəhətlər.

3. Müqavilə yolu ilə mehmanxanaları idarəetmə

Müqavilə (kontrakt) ilə mehmanxanaları idarəetmənin tarixi. Mehmanxana idarəçiliyi (menecment) sahəsində çalışan mütəxəssislərin bu haqda fikirləri. Mehmanxanaların müqavilə ilə idarə olunmasında iri şirkətlərin rolu. İdarəetmə müqaviləsinin məzmununa daxil olan mühüm şərtlər. Müqavilə ilə idarəçiliyin müsbət və mənfi tərəfləri. Şirkətin rəhbəri və ya menecer üçün müqavilə ilə idarəçiliyin müsbət və mənfi tərəfləri.

4. İcarə yolu ilə mehmanxanaları idarəetmə

İcarə yolu ilə idarəetmənin tarixi. İcarə yolu ilə idarəetmənin mahiyyəti. İcarə yolu ilə idarəetmənin coğrafiyası.

İcarə yolu ilə idarəetmənin əhəmiyyəti və üstünlükləri. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə icarə yolu ilə idarəetmə formasının geniş yayılması.

5. Otellərdə Baş menecer və onun vəzifələri

Baş menecer, onun funksiyası. Menecerin nüfuzu, ona olan tələblər. Baş menecerin cavabdehliyi. Baş menecer və otelin maliyyə işləri. Baş menecer və şöbə müdürləri arasında iş əlaqələri.

Baş menecerin oteldə sağlam mühit yaradılmasında fəaliyyəti. Baş menecerin otelin reytinginin yüksəldilməsində rolu.

6. Baş menecer köməkçisi və gecə müdirinin vəzifələri

Baş menecerin köməkçisinin (Assistant general manager) satış strategiyaları hazırlanmasında rolu. Personalın ixtisasının artırılmasında fəaliyyəti. Nəzarəti altında saxladığı işlər. Gecə müdirinin (Night manager) öhdəlikləri. Cavabdehlikləri.

C/in və C/out əməliyyatlarında rolu. “Gecə müdiri” kitabı və onun doldurulması.

7. Ön büro şöbəsinin vəzifələri

Ön büro şöbəsinin mövqeyi və strukturu. Ön büro şöbəsinin vəzifələri. Ön büro şöbəsinin personalı. Ön

büro tərəfindən qonaqlara otaq satışının təşkili. Digər bölmələr ilə əlaqəsinin təşkili.

8. Ön büro şöbəsinin müdiri və onun köməkçisinin vəzifələri

Ön büro (Front office) müdirinin iş xüsusiyyəti. Ön büro müdirinin vəzifəsinə daxil olmayalar. Ümumi vəzifələri və cavabdehlikləri. Tabeliyində olanlar və onlarla iş münasibətləri. Nəzarətdə saxladığı mühüm işlər.

Ön büro müdirinin köməkçisi və onun *iş prinsipi*. Ön büro müdirinin köməkçisinin vəzifələri.

9. Ön büro və rezervasiya şefi və onların vəzifəsi

Ön büro şefinin vəzifə xüsusiyyəti. Ümumi vəzifələri və cavabdehlikləri. Shift (davamiyyət cədvəli) cavabdehi ilə əlaqəsi.

“Extension”, “Early c/out”, “walk-in”, “no-show” və s. otaqlara nəzarəti. Nəzarətdə saxladığı digər işlər.

Rezervasiya şefinin iş prinsipi. Cavabdehliyi. Vəzifələri. Nəzarətdə saxladığı işlər.

10. Qida və içki şöbəsinin müdiri və onun vəzifəsi

Qida və içki şövesinin müdiri cavabdehlikləri. Vəzifələri. Qida və içki şövesinin daxili bölmələrində işləyən işçi heyətinə münasibəti. Qida və içki şövesi üçün tədris proqramının həyata keçirilməsində rolu. Qida və içki şövesini otelin ən aktiv şövələri sırasında saxlamaq üçün gördüyü işlər.

11. Mərtəbə xidməti şövesi və onun personalının idarə olunması

Mərtəbə xidməti şövesi və onun cavabdehlikləri. Mərtəbə xidməti şövesinin quruluşu. Mərtəbə xidməti şövesində işləyənlər və onların vəzifələri. Mərtəbə xidməti şövesinin müdiri (housekeeping manager) və onun vəzifələri. Mərtəbə xidməti şövesinin müdirinin köməkçisi və onun vəzifələri. “Log book” kitabı və onun doldurulması. Mərtəbə şefi (floor supervisor) və onun cavabdehliyi.

12. Kadrlar şövesi və onun fəaliyyətinin idarə olunması

Kadrlar şövesinin müdiri (human resources manager) və onun vəzifələri. Peşəsi üçün vacib olan xüsusiyyətlər. Otelin digər şövələri ilə əlaqəsi.

Tabeliyində olan işçilərlə münasibəti. Otelin reytinginin artırılması üçün gördüyü işlər.

13. Mühasibatlıq şöbəsi və onun işçilərinin idarə olunması

Mühasibatlıq şöbəsinin məqsəd və vəzifələri. Şövönün personalı. Gəlirlər ilə əlaqədar olaraq həyata keçirilən işlər. Sifariş (captain order) qəbzinin yoxlanması. Faktura təşkil edilməsi. Alınacaq olan hesabların nəzarətdə saxlanması. Ödənişin həyata keçirilməsi. Mənfəət ilə əlaqədar mühasibatlıq qeydlərinin aparılması. Mənfəət büdcəsini hazırlanması. Gəlirlər ilə əlaqədar aylıq fəaliyyət hesabatlarının hazırlanması. Alış fakturalarının hazırlanması. Nağd ödəmələrin həyata keçirilməsi. Ödənməzlərə nəzarət olunması. Bank hesablarına nəzarət olunması. Dəyər qiyməti analizlərinin hesablanması. Rəsmi Qurumlar ilə əlaqədar hesabların idarə olunması. Məxaric büdcələrin hazırlanması. Məxaric hesabları ilə əlaqədar aylıq hesabatların hazırlanması. Mühasibatlıq şöbəsində baş verə biləcək xətlər.

14. Mühasibatlıq şöbəsinin müdiri və onun vəzifəsi

Mühasibatlıq şöbəsinin müdiri (head accountant) və onun öhdəlikləri. Peşəsi üçün vacib olan xüsusiyyətlər. Tabeliyində olan işçi heyətinə yerinə yetirilməsi vacib olan işlər ilə əlaqədar tapşırıqları. Sıx əlaqədə olduğu şövölər. Mühasibatlıq şöbəsinin rəhbəri işdə olmadığı zaman onun bütün vəzifələrini yerinə yetirən şəxs və onun vəzifəsi.

15 Qiymət və mənfəət nəzarət şöbəsinin öhdəlikləri

Qiymət nəzarətçisi (cost control) və onun Peşəsi üçün vacib olan xüsusiyyətlər. Əsas vəzifələri. Qiymət nəzarətçisinin gündəlik işləriə daxil olanlar. Qiymət nəzarətçisinin həftəlik işləri. Qiymət nəzarətçisinin aylıq işləri .Mənfəət nəzarətçisinin vəzifə və öhdəlikləri.

Ədəbiyyat:

Əsas

Ağakərimov M.M. Otel. Bakı: ” R.N.Novruzov-94”,
2008

Ağakərimov M.M. Mehmanxanada Ön büro. Bakı:
“Aypara Nəşriyyatı”, 2013

Məmmədov C.A., Soltanova H.B., Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası. Bakı: «R.N. Novruz – 94», 2002.

Rəhimov S.H. Turizm – ekskursiya işinin təşkili. Bakı: «Mütərcim», 2004

Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizm texnoloji terminlərinin izahlı lüğəti. Bakı: «Mütərcim», 2003.

Soltanova H.B., Ağakərimov M.M., Babazadə S.İ. Mehmanxana təsərrüfti. Bakı: «Parni iz Baku», 2005.

Soltanova H.B., Zeynalov C.V. Otelçilik fəaliyyətinin əsasları. AzTU-nun mətbəəsi, Bakı: 2013

Əlavə:

Barçukov İ.S. i dr. Qostiniçny biznes i industriə razmeheniə turistov.OOO «Rio Rus», 2012

Vaqen Van Der L. Qostiniçny biznes. Rostov na/D.: Feniks, 2001.

İsmaev D.K. Mejdunarodnoe qostiniçnoe xozəystvo. M.: 2001

İsmaev D.K. Marketing i upravlenie kaçestvom qostiniçnix usluq. M.: 2002.

Kabuşkin N.İ., Bondarenko Q.A. Menedjment qostiniü i restoranov. Minsk: Novaə Znaniə, 2002.

Saak A.Q., Akimenko M.V. Menedjment v industrii qostepriimstva (qostiniüü i restorani), 2012

Otellərdə qida və içki şöbəsinin fəaliyyəti

İzahat vərəqi

Otellərdə qida və içki şöbəsi qonaqların qida və içki ehtiyaclarını qarşılıya bilmək, onları razı salmaq, müəssisəyə və bu yol ilə də işçi heyətinə gəlir gətirə bilmək üçün təqdim olunan bütün növdə qida və içki təqdimatını əhatə edir.

Qida və içki şöbəsi otelin ən böyük iki - mətbəx və xidmət (service) bölmələrinin birləşməsindən əmələ gəlir. Bu bölmələrin işi bir-birindən nə qədər fərqli olsa da, hər ikisi qida və içki

şöbəsinin tam sağlam idarə olunması üçün daim sıx əlaqədə olmalıdırlar. Bu şöbənin fəaliyyətindən otelin imici çox asılıdır. Oteli idarə edən Baş menecer bu şöbənin fəaliyyətini də diqqət mərkəzində saxlayır.

“Otellərdə qida və içki şöbəsinin fəaliyyəti” fənni turizm və otelçilik ixtisasına yiyələnən magistrantlara I kursda 45 saat həcmində (30 s. müh., 15 s. məş.) tədris edilir..

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| № | Mövzular | müh | məş | cəmi |
|----------|--|------------|------------|-------------|
| 1 | Otellərdə qida və içki müəssisələrinin inkişaf tarixi | 2 | - | 2 |
| 2 | Restoran və bar növləri | 4 | 2 | 6 |
| 3 | Qida və içki mətbəxin rolu | 2 | 2 | 4 |
| 4 | Menyuların tərtibatı və növləri | 2 | - | 2 |
| 5 | Qida və içki şöbəsində rezervasiyanın alınması | 2 | - | 2 |
| 6 | Ziyafətlərin təşkili, növləri və keçirilməsi qaydaları | 4 | 2 | 6 |
| 7 | Qida və içki ləvazimatları və avadanlıqları | 2 | 2 | 4 |
| 8 | Masa arxasında davranış qaydaları | 2 | 2 | 2 |
| 9 | Restoranların reklamı | 2 | - | 2 |
| 10 | Qonaq qarşılamaq və xidmət | 2 | 2 | 4 |

| | | | | |
|----|---|-----------|-----------|-----------|
| | qaydaları | | | |
| 11 | Kulinarıya məhsullarının masaya verilmə qaydaları | 2 | - | 2 |
| 12 | Yeməyə uyğun spirtli içkilərin verilməsi | 2 | 2 | 4 |
| 13 | Qida və içki müəssisələrinin estetik tərtibatı | 2 | 1 | 3 |
| | Cəmi | 30 | 15 | 45 |

Mövzular və onların məzmunu

1. Otelərdə qida və içki müəssisələrinin inkişaf tarixi

Fənnin tədris olunmasının məqsəd və vəzifələri. Qida və içki şöbəsi insanların qida və içki ehtiyaclarını ödəmək, onları razı sala bilmək, personala və müəssisəyə yaxşı gəlir gətirə bilmək üçün bütün fəaliyyətləri əhatə edən bölmə kimi. İlk yemək və içki müəssisələri.

Qida və içki şöbəsinin daxili bölmələri və onların işi. Qida və içki şöbəsinin təşkili xüsusiyyətləri.

2. Restoran və bar növləri

Qida və içki şöbəsində restoranların növləri, servis olunan yeməklər. Qida və içki şöbəsində barlar, servis olunan içkilər (viski, konyak, şərab, vodka, cim, rom, tekila və s.), onların tarixi, emal mərhələləri, alkoqol

vəziyyəti, servis olunacaqları zamanlar (aperativ, digestiv, hard liquer), temperatur vəziyyəti və servis olunması.

Barlar qida və içki şöbəsinin ən çox gəlir gətirən bölməsi kimi. Qonaqların istəklərinə uyğun bütün içkilərin mövcud olduğu bölmə. Bütün içkilərin xüsusiyyətlərinə, alkoqol səviyyələrinə, temperaturuna və standartlara uyğun şəkildə servis olunması.

3.Qida və içki şöbəsində mətbəxin rolu

Klassik mətbəx personalı. Mətbəxlərdə yeni iş şəraitinin yaradılması. Mətbəxin strukturu. Mətbəxin işinin planlaşdırılması. Mətbəx avadanlıqları. Qida məhsullarının saxlanması qaydaları.

Mətbəxlərdə istifadə olunan konstruksiya materialları.

4. Menyuların tərtibatı və növləri

Menyu növlərinin əsas hazırlanma formaları. “Table d’hote”, hazırlanması və ondan istifadə. “Table d’hote”nin təqdim olunma qaydası. “Fix”. Menyunun tərkibi. Hazırlanması və ondan istifadə. “A la Carte” və onun mənası. Təqdim olunma vaxtı və servis qaydası.

5. Qida və içki şöbəsində rezervasiyanın alınması

Restoranların təklif etdiyi servis xidmətləri (Breakfast, Ala Carte, Bufet və s.). Xüsusi tədbirlərin keçirilməsi (Banket, kokteyl və s.). Protokol servis sistemi. Təklif olunan beynəlxalq və milli mətbəxlər. Rezervasiyanın alınma formaları: Bilavasitə, bəfaks ilə, elektron formada və s. Rezervasiya alınarkən bir çox xüsurlərə diqqət yetirilməsi.

Otəllərdə müxtəlif xidmətli restoranların təklif edilməsi. Bu təkliflərin qonaqların müxtəlifliyi səbəbindən dəyişməsi. Ala Carte restoranı ilə bufet restoranı arasında fərq. Otəllərdə müxtəlif tədbirlərin təşkil olunması: ayaqüstü kokteyllər, beynəlxalq səviyyəli banketlər. Bunların fərqli xüsusiyyətləri.

Yüksək səviyyəli qonaqlara (Prezidentlər, nazirlər və s.) verilən ziyafətlər zamanı tətbiq olunan Protokol servis.

6. Ziyafətlərin təşkili, növləri və keçirilməsi qaydaları

Ayaqüstü ziyafət. Ayaqüstü ziyafətə hazırlıq. Tədbir təqdim olunacaq zal və ya ərazinin estetik tərtibatı. Kokteylin təşkilində əsas məqsəd. Yeməklərin

qonaqlara təqdim olunma formaları. İçkilərin qonaqlara təqdim olunma forması.

Protokol ziyafəti. Bu növ servis üsulunun fərqli cəhəti. Protokol servisi zamanı diqqət ediləcək xüsuslar. Otellərdə şəxsi ziyafətlərin növləri və təşkili. Qəhvəaltı növləri. Ən məşhur tranş olunan yeməklər.

7. Qida və içki ləvazimatları və avadanlıqları

Restoranlarda istifadə olunan çini və metal ləvazimatlar. Çini ləvazimatlar, növləri və istifadə qaydaları. Metal ləvazimatlar, növləri və istifadə qaydaları. Servislərdə istifadə olunan metal ləvazimatları. Restoranlarda istifadə olunan şüşə ləvazimatlar. İçildikləri şərablara görə qədəhlərin növləri.

8. Masa arxasında davranış qaydaları.

Qidalanma kompleksində xidmət personalına qoyulan tələblər. Masaarxası banket. Masa arxasında qonaqlara xidmət qaydaları. Banket-furşet. Banket-kokteyl. Banket-çay.

9. Restoranların reklamı

Otel reklamının məzmunu. Müxtəlif yayım vasitələrində restoranların reklamı. Reklam müraciəti və üslubu. Reklam müraciətinin strukturu və onu müəyyən edən amilər. Reklamın yayım vasitəsinin seçilməsində mühüm amillərin nəzərə alınması. Otellərin reklamında restoranlar üçün səhifənin açılması.

10. Qonaq qarşılamaq və xidmət qaydaları

Qonaqların qarşılama qaydaları. Etiket qaydalarına riayət olunması. Xidmət göstərən personalın peşə hazırlığı, ixtisaslaşması. Dayranış tərz. Diplomatik qəbullar. Kokteyl, A lya fərşet, Şam yeməyi.kütləvi tədbirlərdə servis xidmətlərinin göstərilməsinə hazırlıq.

11. Kulinariya məhsullarının masaya verilmə qaydaları

Yeməklərin və onların servis üsullarının formalaşması. Restoranlarda təklif olunan servis növləri. Fransız servis üsulu və onun fərqli xüsusiyyətləri. Fransız üsulu servis zamanı diqqət edilən xüsuslar. İngilis servis üsulu. İngilis servis üsulunun ingilislərin klassik ailə ziyafətlərindən, adət ənələrindən meydana gəlməsi.

İngilis servis üsulu zamanı diqqət edilən xüsuslar. Amerikan servis üsulu və geniş yayıldığı ölkələr. Amerikan servisin ən mühüm xüsusiyyətləri. Servis qaydaları. Rus servis üsulu. Rus servisi olunacaq yeməklərin xüsusiyyətləri. Türk servis üsulu. Türk servisinin xüsusiyyətləri.

12. Yeməyə uyğun spirtli içkilərin verilməsi

Restoranlarda şərab servisi. Sommalier və ona olan tələblər. İçkilərin hazırlanma qaydaları , servis temperatur dərəcələri, hansı növ qida ilə içilib-içilməyəcəyi və s. haqqında. “Sommalier”lər arasında dünya çempionatı. Ağ və çəhrayı şərabların servisi. Qırmızı şərabların servis formaları. Şərab və yeməyin həmahəng olması.

13. Qida və içki müəssisələrinin estetik tərtibatı

Qida və içki müəssisələrinin, xüsusi ilə restoranların estetik tərtibatının mühüm əhəmiyyəti. Restoran personalının uniforması. Restoranın interyeri və onun müxtəlif stilləri. Viktorian stili. Yapon stili. Latın Amerikasına stili. Şərqi stili. Rus stili. Azərbaycanda restoranların estetik tərtibatı.

Ədəbiyyat:

Əsas

- 1.Soltanova H.B., Ağakərimov M.M., Babazadə S.İ., Mehmanxana təsərrüfatı. Bakı: “Parni iz Baku”, 2005
- 2.Ağakərimov M.M.. Otel. Bakı: “R.N.Novruz-94”, 2008
- 3.Soltanova H.B., Zeynalov C.V. Otelçilik fəaliyyətinin əsasları. AzTU-nun mətbəəsi, Bakı: 2013
- 4.Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizmdə işlədilən termin və anlayışların izahlı lüğəti. Bakı: “CBS”, 2011
- 5.Bilalov B.Ə., Turizmin menecmenti . Bakı: “Mütərcim”, 2005
- 6.Orhan Batman “Otel işlətmələri yönetimi”. Adapazarı, 1999.
- 7.Volkov Ö.V., Vvedenie v qostiniçniy i turistiçeskiy biznes. Rostov-na-Donu, «Feniks» 2004.
- 8.İsmaev D.K., Mejdunarodniy qostiniçnoe xozəystvo. M.: 2001.
- 8.Medlik S., İnqram X., Qostiniçniy biznes. M.: “Öniti”, 2005.

10.Uoker Djon. Upravlenie qostepriimstvom. M.: “Önosti”, 2006

Əlavə

1.Məmmədov C.A., Rəhimov S.H. Turizm termin və anlayış

larının izahlı ensiklopedik lüğəti. Bakı: “Mütərcim”, 2003

2.Orqanizaüiə i upravlenie qostiniçnım biznesom. M., İntel universal, 2000.

3.Saak A.Q., Akimenko M.V. Menedjment v industrii qostepriimstva (qostiniüi i restoranı), 2012

4.Senin V.S. Orqanizaüiə mejdunarodnoqo turizma. Finansı i statistika, 2005

Turizmdə yerləşdirmə və iaşə xidməti

İzahat vərəqi

Turizm məhsulunun əsas elementlərindən biri yerləşdirmə xidmətidir. Bu xidmətin səmərəli təşkilindən ştənیلən yerləşdirmə müəssisəsinin imici asılıdır. Bu fəaliyyətlə otellərdə ön büro məşğul olur. Turizmin inkişafı da otelçiliklə sıx bağlıdır. Otellərdə qonağı ilk qarşılayan ön büro işçisi olur. Fənnin tədrisində məqsəd

magistrantlara ön büronun fəaliyyət mexanizmini haqqında ətraflı məlumat aşılamaqdır. Bu məqsədlə ön büronun strukturu, iş prinsipi, qonaqların qəbulu qaydaları və s. məsələlərin öyrədilməsinə önəm verilmişdir.

“Turizmdə yerləşdirmə xidməti” fənni turizm və otelçilik ixtisasına yiyələnən magistrantlara I kursda 45 saat həcmində (30s. müh., 15s. məş.) tədris edilir..

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| № | Mövzular | müh | məş | cəmi |
|----------|--|------------|------------|-------------|
| 1 | Turizmdə yerləşdirmə xidmətinin rolu | 2 | - | 2 |
| 2 | Yerləşdirmə xidmətində ön büronun rolu | 2 | - | 2 |
| 3 | Yerləşdirmə xidmətində nömrələrin bronlaşdırma qaydaları | 4 | 2 | 6 |
| 4 | Yerləşdirmə xidmətində qonaq qəbulu, qeydiyyatı və nömrələrə yerləşdirilməsi | 4 | 2 | 6 |
| 5 | Yerləşdirmə xidmətində əsas və əlavə xidmətlər | 2 | 2 | 4 |
| 6 | Qonaqların maliyyə hesablaşmaları və yola salınması | 4 | 2 | 6 |
| 7 | Yerləşdirmə xidmətinin digər | 2 | - | 2 |

| | | | | |
|----|---|-----------|-----------|-----------|
| | şöbələrlə əlaqəsi | | | |
| 8 | Yerləşdirmə xidmətində təmizlik şöbəsinin rolu | 4 | 2 | 6 |
| 9 | Yerləşdirmə xidmətində təhlükəsizlik şöbəsinin rolu | 2 | 2 | 4 |
| 10 | Yerləşdirmə xidmətində kompyterin rolu | 4 | 3 | 7 |
| | Cəmi | 30 | 15 | 45 |

Mövzular və onların məzmunu

1.Turizmdə yerləşdirmə xidmətinin rolu

İlk yerləşdirmə müəssisələri. Qədim, orta, yeni və müasir dövrlərdə yerləşdirmə müəssisələri. Karvansara, taverna, dayanacaq həyətləri, motel və s. Azərbaycan, Qədim Şərq, Avropa, Amerikada ilk yerləşdirmə müəssisələri.

2.Yerləşdirmə xidmətində ön büronun rolu

Ön büro və onun yerləşdirmə xidmətində rolu. Ön büronun strukturu və bölmələri. Ön büronun fəaliyyət mexanizmi. Ön büronun iş prinsipi. Ön büronun təchiz olumuş avadanlıqlarla davranma qaydaları

3. Yerləşdirmə xidmətində nömrələrin bronlaşdırma qaydaları

Nömrə bronlaşdırılmasının növləri. Zəmanətli bronlaşdırılma. Zəmaətsiz bronlaşdırılma. Kredit kartı ilə bronlaşdırma. Bronlaşdırılma üsulları.

4. Yerləşdirmə xidmətində qonaq qəbulu, qeydiyyatı və nömrələrə yerləşdirilməsi

Qonaqların qəbul qaydaları. Sənədləşmənin aparılması. Turist qrupunun qeydiyyatının aparılması. Vizaların yoxlanılması. Qonağın nömrəyə yola salınması. Əsas və əlavə xidmətlərin göstərilsəsi.

5. Yerləşdirmə xidmətində əsas və əlavə xidmətlər

Otellərdə qonaqlara göstərilən xidmətlərin növləri. Əsas və əlavə xidmətlər, konsyarj xidməti. Xidmətlərin çeşidi və keyfiyyəti. Qonaqlara göstərilən xidmətlərdən qonaqların məmnunluğu şərtləri.

6. Qonaqlarla maliyyə hesablaşmaları və yola salınması

Qonaqlarla maliyyə hesablaşmalarının növləri. Pos.terminal, kredit kartları. Pulun müştəriyə qaytarılması. Müştərinin narazılığının yerində həll edilməsi.

7. Yerləşdirmə xidmətinin digər şöbələrlə əlaqəsi

Ön büro və təhlükəsislik şöbəsi. Ön büro və qida və içki şöbəsi. Ön büro və texniki xidmət bölməsi. Ön büro və kadrlar şöbəsi. Ön büro və marketing şöbəsi. Ön büro və nömrələrin təmizlik xidməti şöbəsi. Ön büro və mühasibatlıq şöbəsi.

8. Yerləşdirmə xidmətində təmizlik şöbəsinin rolu

Nömrələrin təmizlik xidmətləri şöbəsinin ön büro ilə sıx əlaqəsi. Otaqların təmizliyi haqqında məlumatın ön büroya bildirilməsi. VIP qonağı üçün otağın hazırlığı barəsində nömrələrin təmizlik xidmətləri şöbəsinə bildirilməsi və s.

9. Yerləşdirmə xidmətində təhlükəsizlik şöbəsinin rolu

Ön büronun təhlükəsizlik şöbəsi ilə sıx əlaqələrinin səbəbi. Otellərdə etik normalara xas olmayan hallar və bunların aradan qaldırılması,

həll olunmasında təhlükəsizlik şöbəsinin rolu. Otellərdə texniki təhlükəsizlik qaydaları, avadanlıq və ləvazimatlarla davranış qaydaları. Əmək qanunvericiliyinə riayət olunması.

10. Yerləşdirmə xidmətində kompyterin rolu

Yerləşdirmə xidmətində kompyterləşmə. Kompyter sistemi vasitəsilə bronlaşdırmanın tarixi. Kompyter sistemində olan modullar. Menecerin modulu. İnzibati xidmətin modulu. Qida bölmələrinin modulu. Nömrələrin yığışdırılması və təmizliinə baxan şöbənin modulu. Fidelio, Lodging Touch, Nimeta, Naqilsiz daxilolma sistemləri.

Ədəbiyyat:

Əsas:

- 1.Soltanova H.B., Ağakərimov M.M., Babazadə S.İ., Mehmanxana təsərrüfatı. Bakı: “Parni iz Baku”, 2005
- 2.Ağakərimov M.M. Otel. Bakı: “R.N.Novruz-94”, 2008
- 3.Ağakərimov M.M. Mehmanxana Ön büro. Bakı: “Aypara nəşriyyatı”, 2013

4.Soltanova H.B., Zeynalov C.V. Otelçilik fəaliyyətinin əsasları. AzTU-nun mətbəəsi, Bakı: 2013

5.Orhan Batman “Otel işlətmələri yönetimi”. Adapazarı, 1999.

7.Volkov Ö.V., Vvedenie v qostiniçniy i turistiçeskiy biznes. Rostov-na-Donu, «Feniks» 2004.

8.İsmaev D.K., Mejdunarodniy qostiniçnoe xozəystvo. M.: 2001.

9.Uoker Djon. Upravlenie qostepriimstvom. M.: “Önosti”, 2006

Əlavə:

1.Orqanizaüiə i upravlenie qostiniçnim biznesom. M., İntel universal, 2000.

2.Saak A.Q., Akimenko M.V. Menedjment v industrii qostepriimstva (qostiniüi i restorani), 2012

3.Senin V.S. Orqanizaüiə mejdunarodnoqo turizma. Finansı i statistika, 2005

54.Turizm i qostiniçnoe xozəystvo. Pod red.A.D.Çudnovskoqo, 2005

Dünya turizm bazarı

İzahat vərəqi

Fənnin tədrisində əsas məqsəd tələbələrə dünya turizm bazarı və onun iqtisadi effektivliyi haqqında geniş və ətraflı biliklər verməkdir. Fənnin tədrisi prosesində tələbələr dünya turizm bazarını, daxili və xarici turizm potensialı ilə perspektivlərini tanımaq, turizm sektoru ilə bağlı ölkələrdə gedən prosesləri qiymətləndirmək və ölkələrin iqtisadiyyatında turizm bazarının rolu haqqında yüksək keyfiyyətli biliklərə yiyələnəcəklər.

Bununla yanaşı turizmin; valyuta təklif və tələbinə, daxili qiymətlərə və dövlət gəlirlərinə təsirini öyrənəcəklər. Habelə müasir dövrün tələblərinə görə təklif və tələb proseslərinin geniş və ətraflı təhlili, turizm sektorunda qiymətin əmələ gəlməsi o cümlədən turizmin gəlirlərə təsiri ilə əlaqəli ən yeni məlumatları problemləri ilə birlikdə tələbələrə aşılamaq planlanmışdır.

Müasir dövrdə sürətli inkişaf nəticəsində yaranan qlobal problemlərin, turizm bazarına təsiri

elmi əsaslandırmaqla onların mənfi nəticələrinin aradan qaldırmağın səmərəli yollarının tələbələrə öyrədilməsidir.

“Dünya turizm bazarı” fənni turizm və otelçilik ixtisasına yiyələnən magistrantlara II kursda 60 saat həcmində (30 s. müh., 30 s. məş.) tədris edilir.

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| № | Mövzular | müh | məş | cəmi |
|----------|---|------------|------------|-------------|
| 1 | Dünya turizm bazarı kursunun əsasları | 2 | 2 | 4 |
| 2 | Dünya turizminin inkişafının əsas meylləri | 2 | 2 | 4 |
| 3 | Dünya turizm bazarının təkamülü | 2 | 2 | 4 |
| 4 | Dünya turizm bazarının əsas seqmentləri və inkişaf tendensiyası | 2 | 2 | 4 |
| 5 | Dünya turizm bazarının ölkə iqtisadiyyatının inkişafında rolu | 2 | 2 | 4 |
| 6 | Dünya turizm bazarının İEÖ-lərə təsiri | 2 | 2 | 4 |
| 7 | Dünya turizm bazarının YSÖ və İOÖ-lərə təsiri | 2 | 2 | 4 |
| 8 | Dünya turizm bazarının valyuta təklif və tələbinə təsiri | 2 | 2 | 4 |
| 9 | Dünya turizm bazarının daxili qiymətlərə və dövlət gəlirlərinə təsiri | 2 | 2 | 4 |

| | | | | |
|----|--|-----------|-----------|-----------|
| 10 | Dünya turizm bazarında təklif və onun əsas funksiyaları | 2 | 2 | 4 |
| 11 | Dünya turizm bazarında tələb və ona təsir edən amillər | 2 | 2 | 4 |
| 12 | Dünya turizm bazarında sektorlara görə qiymətin formalaşması | 2 | 2 | 4 |
| 13 | Dünya turizm bazarında inflyasiya problemləri | 2 | 2 | 4 |
| 14 | Dünya turizm bazarının müasir inkişaf modelinin təhlili | 2 | 2 | 4 |
| 15 | Dünya turizm bazarının müasir vəziyyətinin təhlili | 2 | 2 | 4 |
| | Cəmi | 30 | 30 | 30 |

Mövzular və onların məzmunu

1. Dünya turizm bazarı kursunun əsasları

Fənnin mövzusu, məqsəd və vəzifələri. Tədqiqat metodikası. Praktiki əhəmiyyəti. Fənnin obyektı və əsasları. Turizm və bazar əlaqəsi. Dünya turizm bazarının inkişaf mərhələləri.

2. Dünya turizminin inkişafının əsas meylləri

Dünya regionları üzrə turizm tələbatının inkişaf dinamikası. Beynəlxalq turizmdən gəlirlər. Xarici turistlərin sayına görə lider ölkələrin reytingində

dəyişikliklər və bunun səbəbləri. Turizm xərclərinə görə lider ölkələr. Turizmin inkişaf proqnozları.

3.Dünya turizm bazarının təkamülü

Dünya turizm bazarı və onun sosial-iqtisadi xüsusiyyətləri. Dünya turizm bazarının iqtisadi funksiyası. Dünya turizm bazarının müasir iqtisadi inkişaf tempi; ölçü baxımından inkişaf, sürətli inkişaf, turizm inkişafının əmələ gətirdiyi kəşflər, kalitativ və kantitativ inkişaf. Turizmin quruluşundakı inkişaf; turizmin daxili quruluşundakı dəyişiklikdən meydana gələn inkişaf, turizm hərəkətlərinə cəlb olunanların sayındakı artımdan meydana gələn inkişaf, turizm istehlak xərclərindəki artımdan meydana gələn inkişaf xüsusiyyətləri.

4.Dünya turizm bazarının əsas seqmentləri və inkişaf tendensiyası

Dünya regionlarında turizmin inkişafı. Dünya turizm bazarının inkişaf dinamikası və onun makroregional strukturu. Seqmentləşdirmə məqsədli bazarın seçilməsi vasitəsi kimi. Seqmentləşdirmə əlamətləri və turizm bazarının əsas seqmentləri. Məqsədli bazar, onun seçilməsi.

5. Dünya turizm bazarının ölkə iqtisadiyyatının inkişafında rolu.

Dünya turizm bazarının ölkə iqtisadiyyatı baxımından xarakteristik xüsusiyyətləri. Ölkə iqtisadiyyatının inkişafında daxili turizmin rolu. Dünya turizm bazarında turizm potensialı və onun inkişaf etdirmə yolları. Turizmin valyuta mənbəyi olaraq turizmin funksiyası; valyuta gəliri baxımından turizmin təsiri, valyuta çıxarı baxımından turizmin təsiri. Gəlir meydana gətirmə mənbəyi olaraq turizmin funksiyası. İnvestisiya mənbəyi olaraq turizmin funksiyası; turizm investisiyalarının əlavə dəyərə təsiri, turizm investisiyalarının məşğuliyyətə təsiri, turizm investisiyalarının qazanc paylanmasına təsiri.

6. Dünya turizm bazarının İEÖ-lərə təsiri.

Dünya turizm bazarında inkişaf etmiş ölkələrin rolu. Turizmə daha çox sərmayə qoyan ölkələr. Ən çox turist qəbul edən ölkələr. Ən çox turizmdən gəlir götürən ölkələr. Bu ölkələrin əsas xüsusiyyətləri.

7. Dünya turizm bazarının YSÖ və İOÖ-lərə təsiri.

Dünya turizm bazarında YSÖ-ləri və İOÖ-lərdə beynəlxalq turizm siyasətlərini müəyyən edən səciyyəvi xüsusiyyətlər. İnkişafda olan ölkələrdə beynəlxalq turizmin təsiri, iqtisadi, sosial-mədəni və ekologiya. Bu ölkələrdən qabaqcıl yer tutanları.

8. Dünya turizm bazarının valyuta təklif və tələbinə təsiri

Dünya turizm bazarının valyuta təklifinə təsiri; görünməyən ixracat, əlavə ixracat. Dünya turizm bazarının valyuta tələbinə təsiri; görünməyən idxalat, əlavə idxalat. Dünya turizm bazarının valyuta təklif və tələbi baxımından milli pul dəyərinə olan təsir; pulun xarici dəyərinə təsiri, pulun daxili dəyərinə təsiri.

9. Dünya turizm bazarının daxili qiymətlərə və dövlət gəlirlərinə təsiri

Ümumi təsir. Dünya turizm bazarında mal və xidmət qiymətlərində baş verən dəyişikliklər. Dünya turizm bazarı tələbinin göstərəcəyi reaksiya Allen və Hicks-in təhlillərində; gəlir təsiri, iqamə təsiri. Dövlət gəlirlərinin artırıcı təsiri. Dövlət xərclərinə təsiri; vergi xarakteri daşıyan tədbirlər, maliyyə tədbirləri,

digər təşviq tədbirləri, alt və üst bazislə əlaqəli xərclər, idarə xərcləri. Xalis gəlir təsiri.

10. Dünya turizm bazarında təklif və onun əsas funksiyaları.

Dünya turizm bazarında, bazar və onun formaları. Dünya turizm bazarı təklif. Turizmdə təklif göstəriciləri və qruplaşdırılması. Adolf Gülmbac, Michael Troisi və Robert W. McIntosha görə turizm təklifi. Dünya turizm bazarının təklifində olan resurslar, dəyərlər və imkanlar. Turizmin təklif funksiyası. Turizmdə təklifin əsas xüsusiyyətləri.

11. Dünya turizm bazarında tələb və ona təsir edən amillər

Dünya turizm bazarında tələbinin daşdığı xüsusiyyətlər. Dünya turizm bazarında tələbinin əsas xüsusiyyətləri. Turizmdə tələbin əsas göstəriciləri; mütləq səyahətə çıxış nisbəti, təxmini səyahətə çıxış nisbəti, səyahət sıxlığı. Turizm tələbinə təsir edən amillər. İqtisadi amillər və xarakteristik xüsusiyyətləri. Siyasi amillər və xarakteristik xüsusiyyətləri. Sosial amillər və xarakteristik

xüsusiyyətləri. Psixoloji amillər və xarakteristik xüsusiyyətləri.

12. Dünya turizm bazarında sektorlara görə qiymətin formalaşması

Dünya turizm bazarında qiymətlərin əmələ gəlməsi. Yerləşdirmə müəssisələrində, qidalanma sənayesində və turizmdə istifadə edilən nəqliyyatda qiymətlərin əmələ gəlməsi. Turizm vasitəçilərinə görə və əyləncə yerlərində qiymətin formalaşması.

13. Dünya turizm bazarında inflyasiya problemləri

Dünya turizm bazarında istehlakdakı artımdan meydana gələn inflyasiya. Turizm xidmətlərinin maya dəyərlərinin artması ilə yaranan inflyasiya. Turizmə tələb və xidmətin maya dəyəri artımının səbəb olduğu inflyasiya. Xarici turizm balansının əmələ gətirdiyi inflyasiya. Turizmə qoyulan sərmayələr ilə turizm obyektlərinə olan tələb arasındakı fərqi səbəb olduğu inflyasiyanın əsas xüsusiyyətləri.

14. Dünya turizm bazarının müasir inkişaf modelinin təhlili

Dünya turizm bazarının perspektiv inkişafı; hərəkətlilik, demoqrafiya və iş həyatı, gəlir və rifah səviyyəsi, gənclik amili, yaşlıların turizmi, psixoloji səbəblər və vərdişlər. Dünya turizm bazarının müasir inkişaf tendensiyası.

15.Dünya turizm bazarının müasir vəziyyətinin təhlili

Beynəlxalq turizmin inkişafına təsir edən pozitiv amillər.

Dünya turizm bazarının uzunmüddətli proqnozları.

Azərbaycanın dünya turizm bazarında mövqeyi.

Ədəbiyyat

Əsas:

1.Məmmədov C.A., Soltanova H.B., Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası . Bakı: “R.N. Novruz-94”, 2002.

2.Dünyanın iqtisadi və sosial coğrafiyası./H.B.Soltanovanın redaktəsi ilə. Bakı: “Sabah”, 2011

- 3.Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizmdə işlədilən termin və anlayışların izahlı lüğəti. Bakı: “CBS”, 2011
- 4.Aleksandrova A.Ö. Mejdunarodniy turizm. M.: «ASPEKT-PRESS», 2001
- 5.Voskresenskiy V.Ö. Mejdunarodniy turizm. M.: «ÖNİTİ-DANA», 2011
- 6.Qluşko A.A., Sazıkin A.M. Qeoqrafiə turizma. Vladivostok, 2002
- 7.Gkonomika i orqanizaüiə turizma: Mejdunarodniy turizm. Pod red. İ.A.Rəbovoy i dr. M.: KNORUS, 2005
- 8.Zdorov A.B. Gkonomika turizma. Uçebnik. 2007.
- 9.Senin V.S. Orqanizaüiə mejdunarodnoqo turizma. Uçebnik. 2005.
10. Kvartalnov V.A., Turizm. Moskva, 2003.

Əlavə:

- 1.Alpaslan Usal, Saime Oral, Turizm Pazarlaması. İzmir, 2001.
- 2.Bahar Ozan, Kozak Metin, Turizm Ekonomisi. Detay Yayıncılık, Ankara, 2006.

Mehmanxana sənayesinin müasir vəziyyəti və inkişaf perspektivləri

İzahat vərəqi

Azərbaycan Respublikasında turizm imkanlarından səmərəli istifadə edilməsi şərtlərindən biri infrastrukturun inkişaf etdirilməsidir. Bu məqsədlə mehmanxana sənayesinin dünya standartlarına uyğun inkişafına xüsusi diqqət yetirilir. Müstəqillik illərində Azərbaycanda mehmanxana quruculuğunda mühüm işlər görülmüşdür. Bakıda avropa standartlarına cavab verən “Qrand Hotel Europe Baku”, “Hyatt Park Baku”, “Hyatt Regency Baku”, “Radisson SAS”, “Wellington Heights”, “The Crescent Beach Hotel Leisure Resort” və başqaları turistlərin ixtiyarına verilmişdir. 2012-ci ildə Azərbaycanda 262 mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisə fəaliyyət göstərmişdir. Mehmanxana təsərrüfatının inkişaf etdirilməsi yalnız yeni tikililər və köhnələrin bərpası ilə məhdudlaşmır. Dünya mehmanxana işinin təşkili və idarə olunması təcrübəsindən də məlumdur ki, bu fəaliyyətin

nəticəsində iri və möhtəşəm beynəlxalq mehmanxana şəbəkələri (“Hilton”, “West Inn”, “Holiday Inn”, “Mapiott”, “Şeraton”, “Assor”, “Hyatt” və b. formalaşmışdır. Bu baxımdan “Mehmanxana sənayesinin müasir vəziyyəti və inkişaf perspektivləri” fənninin tədrisi zəruri hesab edilmişdir. Fənnin tədrisində magistrantlara mehmanxanaların fəaliyyət mexanizminin nəzəri-metodoloji əsasları öyrədilməklə, yerləşdirmə vasitələrinin və xidmətlərinin təsnifatı, mehmanxana sənayesində müasir dəyişikliklər, perspektivlər haqqında məlumatlar aşılır. Fənnin tədrisi 45 saat (30 s.müh., 15s. məş.) nəzərdə tutulmuşdur.

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| № | Mövzular | müh. | məş. | cəmi |
|----------|---|-------------|-------------|-------------|
| 1 | Mehmanxana sənayesinin müasir vəziyyəti və inkişaf perspektivləri fənninin predmeti, məqsəd və vəzifələri | 2 | - | 2 |
| 2 | Mehmanxana turizm industriyasının müəssisəsi kimi | 2 | - | 2 |
| 3 | Mehmanxana müəssisələrinin öyrənilməsinin nəzəri əsasları | 2 | 2 | 4 |
| 4 | Mehmanxana sənayesinin strukturu | 2 | - | 2 |

| | | | | |
|----|--|-----------|-----------|-----------|
| 5 | Yerləşmə vasitələrinin standart təsnifatı | 2 | 2 | 4 |
| 6 | Mehmanxana fəaliyyəti, onun təşkili modelləri | 2 | - | 2 |
| 7 | Beynəlxalq otel şəbəkələri | 2 | 2 | 4 |
| 8 | Mehmanxana (otel) müəssisələrinin xüsusiyyətləri və idarəçilik problemləri | 2 | - | 2 |
| 9 | Mehmanxana (otel) müəssisələrinin idarəçilik probleminin həlli yolları | 2 | 2 | 4 |
| 10 | Şəbəkə oteli (seçim üzrə) və onun fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi | 4 | 2 | 6 |
| 11 | Mehmanxana biznesində xidmətin keyfiyyəti | 2 | 2 | 4 |
| 12 | Mehmanxana müəssisəsində xidmət və onun keyfiyyətinin təhlili (hər hansı otelin təmsalında). | 2 | - | 2 |
| 13 | Mehmanxana müəssisəsində keyfiyyətli xidmətin idarə olunma sisteminin proyektinin hazırlanması | 2 | 2 | 4 |
| 14 | Mehmanxana sənayesində müasir dəyişikliklər | 2 | 1 | 3 |
| | Cəmi | 30 | 15 | 45 |

Mövzular və onların məzmunu

1. Mehmanxana sənayesinin müasir vəziyyəti və inkişaf perspektivləri fənninin predmeti, məqsəd və vəzifələri.

Fənnin öyrəndiyi obyekt. “Mehmanxana sənayesi” anlayışı. “Mehmanxana” və “Otel” anlayışları. Mehmanxana sənayesinin əlaqəli olduğu obyekt və təşkilatlar.

2. Mehmanxana turizm industriyasının müəssisəsi kimi

Turizm industriyasının müəssisələri.Yerləşdirmə müəssisələrinin qısa tarixi. Mehmanxana şəbəkələrinin turizm industriyasının inkişafına təsiri.

3.Mehmanxana müəssisələrinin öyrənilməsinin nəzəri əsasları

Dünyada mehmanxana sənayesinin ümumi vəziyyətinin müqayisəli təhlili. Mehmanxanalar, onların təyinatı. Mehmanxanaların əsas məhsulu. Nömrə fondunun ümumi səciyyəsi.

4.Mehmanxana sənayesinin strukturu

Kiçik otellər.Otellərin böyüklüyünü müəyyən edər amillər. Otellərin gəlir mənbəyi: məşsul və bazar.Kiçik otellərin personal strukturu. Şəbəkə otellər və onların otelçilik sənayesində rolu.şəbəkə otellərin fəaliyyəti.

5.Yerləşmə vasitələrinin standart təsnifatı

Kütləvi yerləşmə vasitələri: mehmanxana və ona bərabər tutulan yerləşmə vasitələri, ixtisaslaşmış

yerləşmə vasitələri. Fərdi yerləşmə vasitələri: mənzillər, evlər, koteclər və s. Ənənəvi və qeyri-ənənəvi yerləşmə vasitələri, bunların fərqi. Qonaqpərvərlik xidməti təklif edən yerləşmə müəssisələrinin müxtəlifliyinin səbəbləri. Mehmanxananın tutumluluq əmsalı və onun hesablanması.

6.Mehmanxana fəaliyyəti, onun təşkili modelləri

Mehmanxana işinin təşkili modelləri. S.Rits modeli. K.Uilson modeli. “Könüllü” mehmanxana şəbəkəsi. Mehmanxanaların təşkilatı və idarəetmə strukturları.

7.Beynəlxalq otel şəbəkələri.

Dünyanın ən böyük otel şəbəkələri. Beynəlxalq şəbəkəyə daxil olan otellərin fəaliyyəti zamanı qarşılanan əsas problemlər: kommunikasiya, nəzarət və qiymət problemi. Beynəlxalq otel şəbəkələrində iş strukturu. “Grand Hotel Europe” və “Rezorts” oteli niş strukturu.

8.Mehmanxana (otel) müəssisələrinin xüsusiyyətləri və idarəçilik problemləri

Mehmanxana (otel) müəssisələrinin xüsusiyyətləri. Otel müəssisələrində qarşılanacaq idarəçilik

problemləri. Planlama müddətində qarşıya çıxan problem. Planlama müddətində qarşıya çıxan problem. Təşkilatlanma müddətində qarşıya çıxan problem. İcra etmə müddətində qarşıya çıxan problem. Uyğunlaşdırma müddətində qarşıya çıxan problem. Yoxlama müddətində qarşıya çıxan problem.

9.Mehmanxana (otel) müəssisələrinin idarəçilik probleminin həlli yolları

İdarəçilik probleminin həllində istifadə edilə biləcək vasitə və üsullar. Məqsədə görə rəhbərlik. İstisnalarla rəhbərlik, uzaqgörənlik. Zaman silsilələri. Beyin fırtınası. Gordon üsulu. Buzz yığıncaqları üsulu. Nominal qruplaşdırma. Delfi üsulu. Beynəlxalq miqyasda bu üsullardan istifadə olunmaması səbəbləri.

10.Şəbəkə oteli (seçim üzrə) və onun fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən şəbəkə otelin (seçim üzrə) mövqeyi, tarixi.Şəbəkə otelin tipi. Şəbəkə otelin səciyyəsi. Şəbəkə otelin fəaliyyət mexanizmi.

11. Mehmanxana biznesində xidmətin keyfiyyəti

Mehmanxana biznesində xidmətin mahiyyəti və keyfiyyətinin əhəmiyyəti. Mehmanxana xidmətlərinin keyfiyyətinə olan tələblər. Xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsində fəaliyyətinin təşkili. Mehmanxana müəssisəsində xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsinin əsas mərhələləri

12. Mehmanxana müəssisəsində xidmət və onun keyfiyyətinin təhlili (hər hansı otelin təmsalında)

Otelin ümumi səciyyəsi. Mehmanxana müəssisəsinin strukturunun təhlili. Müəssisənin personalının strukturu və fəaliyyətinin təhlili. Müəssisədə idarəetmə sistemivə xidmətinin təhlili.

13. Mehmanxana müəssisəsində keyfiyyətli xidmətin idarə olunma sisteminin proyektinin hazırlanması

Mehmanxana müəssisəsində keyfiyyətli xidmətin təkmilləşdirilməsi təklifləri. Mehmanxana xidmətlərinin keyfiyyətinə nəzarətin təkmilləşdirilməsi tədbirləri. Tədbirlərin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi.

14. Mehmanxana sənayesində müasir dəyişikliklər Dünya mehmanxana sənayesində davamlı inkişaf. İnformasiya texnologiyalarının mehmanxana sənayesinin inkişafına təsiri. Dünya mehmanxana sənayesinin inkişaf proqnozları.

Ədəbiyyat

Əsas:

1. Ağakərimov M.M. Otel. Bakı:” R.N.Novruzov-94”, 2008
2. Ağakərimov M.M. Ön büro. Bakı:” R.N.Novruzov-94”, 2013
3. Soltanova H.B., Ağakərimov M.M., Babazadə S.İ. Mehmanxana təsərrüftü. Bakı. Parni iz Baku. 2005
4. Soltanova H.B., Zeynalov C.V. Otelçilik fəaliyyətinin əsasları. AzTU-nun mətbəəsi, 2013
5. Məmmədov C.A., Soltanova H.B., Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası. Bakı: “R.N.Novruz-94”, 2002
6. Aleksandrova A.Ö. Mejdunarodniy turizm. - M.: Aspekt-press, 2001.
7. Baylik S.İ. Qostiniçnoe xozəystvo. Problemi, perspektivi, sertifikatsiia. - Kiev: VİRA-R, 2001.
8. Qostiniçniy i turistiçeskiy biznes / Pod red. prof. A.D. Çudnovskoqo. M.: İzdatelğstvo GKMOS, 2005.

9. Quləev V.Q., Selivanov İ.A. Turizm: Gkonomika, Upravlenie, Ustoyçivoe razvitie. - M., 2008.
10. Efimova O.P., Efimova N.A. Gkonomika qostiniü i restoranov. - M.: Novoe znanie, 2004.
11. Zaxarçenko S.S. İnterğer sovremennix qostiniü. M.: ÖNİTİ-DANA, 2005.
12. İlğina E.N. Turopereytinq: strateqiə i finansı. - M.: Finansı i statistika, 2004.
13. Kabuşkin N.İ., Bondarenko Q.A. Menedjment qostiniü i restoranov. Uçebnoe posobie. Minsk: "Novoe znanie", 2003.
14. Medlik S., İnqram X. Qostiniçny biznes. - M.: Öniti-Dana, 2005.
15. Turistiçeskiy biznes / Pod red. S.M. Marinina. SPb: Piter, 2003.
16. Uoker D. Vvedenie v qostepiimstvo: Uçebnik. M.: ÖNİTİ, 2002.

Əlavə:

1. Ahmet Aktaş. Turizm işletmeciliyi ve yönetimi. Ankara: Detay 2002. 254 s.
2. Orhan Batman. Otel işletmelerinin yönetimi. İstanbul: Turan, 2003, 318s.

3.Saime Oral. Otel işletmeciliği ve verimlilik analizi.
Ankara: Ekonom, 2005

Mehmanxana xidmətlərinin satış texnologiyası

İzahat vərəqi

Mehmanxana xidmətlərinin satış texnologiyası fənni 45 saat nəzərdə tutulub ki, bununda 30 saati mühazirə 15 saat isə seminardan ibarətdir. Burada hotel biznesinin inkişafı ilə bağlı olaraq, marketinq xidmətləri, satış kanalları tədris olunur. Fənnin tədrisində digər məqsəd magistrlara

yerləşmə müəssisələrində qiymətin əmələgəlməsi, satış marketinqi, məhsulun satış texnologiyası, müştəri segmentasiyasının aparılması, müasir İKT istifadə etməklə məhsulun bazarda realizə olunmasının öyrətməkdən ibarətdir.

Fənnin mənimsənilməsi nəticəsində magistrılar bilməlidir:

-mehmanxanalarda satış departamentinin vəzifələrin;

-mehmanxana məhsullarının çeşidlənməsin;

-məhsulun bazarda satış kanallarının öyrənilməsi;

-bazarda marketinq və piyar işinin aparılması;

-hədəf marketinqin tətbiqi;

-mehmanxana xidmətləri üzrə qiymətlərin formalaşması;

-mehmanxana xidmətlərində satış və satışdan sonrakı xidmətlərin göstərilməsi.

Bacarmalıdır:

-Mehmanxana məhsullarının satış kanallarının axarib tapılması;

-Bazarda marketinq fəaliyyətinin təşkili;

-Bu sahədə peşəkar fəaliyyətin tətbiqi

-Mövcud biliklərin praktik tətbiq imkanlarının olması.

Yiyələnməlidir:

- Mehmanxana məhsulunu çeşidləməyi;

-Mehmanxana məhsulunu realizə etməyi;

-Mehmanxana xidmətlərinin satış xidmətlərini təşkil etməyi.

Fənnin tədrisində slyat, animasiyaların nümayişi üçün notbuk proyektordan istifadə olunması məqsədəuyğundur.

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| | Mövzuların adı | Cəmi | Mühazirə | Seminar |
|----|--|-------------|-----------------|----------------|
| 1 | Fənin predmeti, məqsədi və vəzifələri | 2 | 2 | |
| 2 | Hotellərdə marketinq və satış xidmətləri | 6 | 4 | 2 |
| 3. | Mehmnxanalarda xidmətlər | 4 | 2 | 2 |

| | | | | |
|-----|--|----|----|----|
| | üzrə qiymətlərin formalaşması və ona təsir edən amillər | | | |
| 4 | Məhmanxanalarda məhsulun satış strategiyası | 4 | 2 | 2 |
| 5 | Satış xidmətlərinin təşkili | 2 | 2 | |
| 6 | Marketinq və satış bölməsinin hotelin digər bölmələri ilə əlaqəsi | 4 | 2 | 2 |
| 7 | Məhmanxanalarda satış öncəsi xidmətlər | 2 | 2 | |
| 8 | Məhmanxanalarda satışdan sonrakı xidmətlər | 4 | 2 | 2 |
| 9 | Məhmanxana xidmətlərinin turagentliklər vasitəsilə satışı | 2 | 2 | |
| 10 | Məhmanxana xidmətlərinin internet vasitəsilə satışı | 6 | 4 | 2 |
| 11. | Məhmanxanaların bronlaşma şirkətlərin ilə münasibətləri və satış texnologiyası | 6 | 4 | 2 |
| 12 | Məhmanxanalarda müştərilərin seçilməsi və uyğun satışın təşkili | 3 | 2 | 1 |
| | | 45 | 30 | 15 |

Mövzular və onların məzmunu

1.Fənin predmeti, məqsədi və vəzifələri

Məhmanxanalarda marketinq və satış departamenti. Onların funksiyaları. Məhmanxanalarda xidmətin qruplaşdırılması. Məhmanxanalarda satışın təşkilinin proqnozlaşdırılması. Satış texnologiyaları.

[2], [5], [8]

2.Hotellərdə marketing və satış xidmətləri

Mehmanxana xidmətlərində məhsulun çeşidlənməsi. Məhsul üzrə marketing. Xidmətlər üzrə marketing planlaşdırılması. Satış kanallarının müəyyənəşdirilməsi. Satışın təşkili texnologiyaları. Satışın stimullaşdırılması. Məhsulun həyat dövrü. Memanxana xidmətlərinin rəqabət qabiliyyəti.

[2], [4], [5], [7]

3.Mehmnanalarda xidmətlər üzrə qiymətlərin formalaşması və ona təsir edən amillər

Qiymət və ona təsir edən amillər. Qiymətin növləri. Qiymətdoyma prosesi. Qiymətin müəyyən edilməsi metodları. Müqavilə qiymətlərinin müəyyən edilməsi qaydası. Məhsul üzrə xidmətin göstərilməsinin bazis şərtləri və razılaşmalar. Məhsulun qiymətinin müxtəlifliyi.

[2], [4], [5], [7], [8]

4.Memanxanalarda məhsulun satış strategiyası

Mehmanxanalarda məhsulun marketing strategiyası: istiqamət, seqmentləşdirmə və

planlaşdırma. Satışın təşkilində üstünlük verilən amillər. Məhsul strategiyasında rəqabət qabiliyyətinin nəzərə alınması. Məhsulun fiziki bölüşdürülməsi. Yeni məhsulun yaradılmasının planlaşdırılması.

[1], [3], [5], [8], [11]

5.Satış xidmətlərinin təşkili

Mehmanxana məhsulların bölüşdürülməsi və satışının mahiyyəti, funksiyaları və səviyyələri. Satış kanallarının iştirakçılarının ümumi xarakteristikası. Satış kanallarının seçilməsinə təsir edən amillər. Məhsulların fiziki bölüşdürülməsinin təşkili. Satış bazarının idarə olunması.

[2], [3], [4], [8], [11]

6.Marketing və satış bölməsinin hotelin digər bölmələri ilə əlaqəsi

Marketing və satış departamentinin mühasibatlıq, önbüro, qidalanma sektorları ilə əlaqəsi. İnformasiya mübadiləsi. Marketing xidmətinin müəssisənin digər şöbə və bölmələrilə əlaqəsi. Marketingin seçilməsində məsləhətləşmələr. Hotelin ümumi vəziyyəti barədə informasiyanın alınması. Boş otaqlar haqqında məlumatlandırma.

[2], [4], [5], [6], [10]

7.Mehmanxanalarda satış öncəsi xidmətlər

Satış öncəsi xidmətlərin qruplaşdırılması. Məhsulun təqdimatı və PR. İctimayyətlə əlaqələrin təşkili. Məhsulun marketinq sisteminin qurulması. Xidmət üzrə personal. Mühasibatlıq məsələləri.

8.Mehmanxanalarda satışdan sonrakı xidmətlər

Xidmətlərə nəzarətin həyata keçirilməsi. xidmətlərin ölçü baxımından nəzarət. Xidmət göstərilən sahələrlə müqavilələrin bağlanması. Hotel daxili və hotel xarici xidmətlər.

[2], [3], [5], [6], [9]

9.Mehmanxana xidmətlərinin turagentliklər vasitəsilə satışı

Turagentlik və mehmanxana münasibətlərinin müqavilə ilə tənzimlənməsi. turagentliyin mehmanxana xidmətlərinin topdan alması və pərakədəçisi kimi bazarda iştirakı. Turagentliyin mehmanxana məhsullarına görə tətbiq etdiyi marketinq və satış strategiyası. Turagentlik tərəfindən nömrə fondunun bir hissəsinin və ya hamısının əvvəlcədən satın alınması texnologiyası.

[1], [4], [5], [6], [8]

10. Mehmanxana xidmətlərinin internet vasitəsilə satışı

Mehmanxana xidmətlərində informasiya texnologiyalarının tətbiqi. Mehmanxana məhsullarının internet vasitəsilə reklamı. Məhsul satışının onlayn aparılması qaydaları. Önbüro xidmətlərinin onlayn satışda rolu. Internet vasitəsilə bronlaşdırmanın aparılması. Internet vasitəsilə ödəmələrin aparılması qaydaları.

[2], [3], [5], [7], [11]

11. Mehmanxanaların bronlaşma şirkətlərinin ilə münasibətləri və satış texnologiyası

Bronlaşma şirkətlərinin mehmanxana məhsullarının satışında rolu. Mehmanxanaların bronlaşma şirkətlərinin münasibətlərinin müqavilə üzrə tənzimlənməsi. Bronlaşma şirkətlərinin yerləşmə müəssisələrinin məhsullarının satış strategiyasında mühüm rolu. Bronlaşma üzrə ödənişlərin aparılması. Bron şirkətlərinin mehmanxana məhsulunun satışına görə dividend əldə etməsi. Mehmanxana xidmətlərinin daha çox realizə edən bronlaşma şirkətləri.

[2], [3], [5], [6], [9]

12. Mehmanxanalarda müştərilərin secilməsi və uyğun satışın təşkili

Mehmanxanalarda möştəri seqmentləri. Daimi müştərilər və onlara satışda güzəştlərin tətbiqi. Brend hotellərdə müştəri seqmentləri. Brend otellərin satış strategiyası. Bazarda müştərilərin secilməsi. Satışın stimullaşdırılması. Satışın həvəsləndirilməsinin forma və metodları.

[2], [4], [5], [8], [9]

Ədəbiyyat

Əsas:

- 1.Ağakərimov M.M. Mehmanxanada ön büro xidmətləri. Bakı “Aypara nəşriyyatı” 2013.
- 2.Ağakərimov M.M. Otel. Bakı “R.N.Novruz” Bakı 2008.
- 3.Soltanova H.B, Hüseynova Ş.H. Turizmin Əsasları. Bakı: “Mütərcim”, 2007
- 4.Soltanova H.B., Ağakərimov M.M., Bahazadə S.İ. Mehmanxana təsərrüfatı. Bakı: «Parni iz Bakı»,2005
- 5.Soltanova H.B.,Zeynalov C.V. Otelçilik fəaliyyətinin əsasları. Bakı. “AzTU mətbəəsi” 2013.

6. Arbuzova N. Ö. Orqanizaüiä obslujivaniä v qostiniüax i turistskix kompleksax / N.Ö. Arbuzova. — Nijniy Novqorod: Ştrix, 2001.

Əlavə:

7. Kamordjanova K A. Buxqalterskiy uçet v qostiniçnom biznese. SPb.: Piter, 2004.

8. Senin V. S. Qostiniçny biznes: klassifikaüiä qostiniü i druqix razmeheniy. M.: Finansı i statistika, 2006.

9. Uşakov D. S. Prikladnoy turopereytinq . M., Rostov n/D.: Mart, 2004.

10. Zverev V. S. İvestiüionnoe razvitie qostiniçnix predpriätii: intraprenerstvo i vidi qosudarstvennoy podderjki Volqoqrad: İzd-vo VolQU, 2004.

11. Duroviç A. P. Marketing v turizme: Uçebnoe posobie dlä studentov vuzov. – 3-e izd., ster. – Minsk: Novoe znanie, 2003.

Mehmanxanalarda personal idarə edilməsi

İzahat vərəqi

Mehmanxana personalının idarə edilməsi fənni II kurs “Hotel” və “Turizm işi” ixtisasında

təhsil alan magistrantlar üçün nəzərdə tutulmuşdur. Fənnin tədrisində məqsəd magistrantlara yerləşmə müəssisələrində personal seçimi, personal menecerinin vəzifələri və ona qoyulan tələblər, personalın davranış qaydaları, təlimi, inkişafının təmin olunması, brend hotellərdə personal idarə edilməsinin xüsusiyyətləri haqqında bilikləri aşılamaqdan ibarətdir. Tədris olunan fənn 45 saatdır, bunun da 30 saati mühazirə, 15 saat seminar nəzərdə tutulmuşdur.

Fənnin mənimsənilməsi nəticəsində magistrılar bilməlidir:

-mehmanxanalarda personala qoyulan tələblər;

-mehmanxanalarda kadrlar departamentinin vəzifələri;

-personalın etik qaydaları və davranış xüsusiyyətləri;

-personalın koryerası və təhsilinin davamlığı;

-personalın yerləşdirilməsi və səlahiyyət bölgüsü;

Bacarmalıdır:

-Personalın secilməsi və motivizasiyası;

- Personalın idarəedilməsi;
- Personal üzrə mastr treyniqlərin təşkili;
- Personalın əməyinin qiymətləndirilməsin.

Yiyələnməlidir:

- personalın seçilməsi və yerləşdirilməsin;
- personalın inkişafının təmin olunması

yolların;

-yerləşmə müəssislərinin kateqoriyasına uyğun olaraq personalın seçilməsin.

Fənnin tədrisində slyat, animasiyaların nümayişi üçün notbuk proyektordan istifadə olunması məqsədəuyğundur.

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| | Mövzuların adı | Cəmi | Müh | Sem. |
|----------|--|-------------|------------|-------------|
| 1 | Fənnin predmeti, məqsədi və vəzifələri | 2 | 2 | |
| 2 | Məhmnxana komplekslərinin kadrlar xidməti | 4 | 2 | 2 |
| 3 | Məhmanxanalarda personal menecmenti | 6 | 4 | 2 |
| 4 | Məhmanxanalarda menecərə qoyulan tələblər | 2 | 2 | |
| 5 | Məhmanxanalarda əmək kollektivlərinin formalaşması | 4 | 2 | 2 |

| | | | | |
|-----------|--|-----------|-----------|-----------|
| 6 | Personalın secilməsi və işçi qüvvəsi bazarı | 2 | 2 | |
| 7 | Personalın qiymətləndirilməsi və işə qəbulu | 4 | 2 | 2 |
| 8 | Personalın təlim və tərbiyyəsi | 2 | 2 | |
| 9 | Mehmanxana işçisinin etikası | 6 | 4 | 2 |
| 10 | Mehmanxana personalının xarici görünüşü və gigiyenasına qoyulan tələblər | 2 | 2 | |
| 11 | Brend hotellərdə personal xidmətinə qoyulan tələblər | 4 | 2 | 2 |
| 12 | Personalın idarə edilməsinin iqtisadi əsasları | 4 | 2 | 2 |
| 13 | Personalın idarə edilməsinin sosial-psixoloji aspektləri | 3 | 2 | 1 |
| | CƏMI | 45 | 30 | 15 |

Mövzular və onların məzmunu

1.Fənnin predmeti, məqsədi və vəzifələri

Mehmanxanalarda insan resurslarından istifadə olunması. İnsan resurslarının idarə olunması. Əmək ehiyatları iə təminat. Personal heyyyətinin formalaşdırılması. Personalın iş qabiliyyətinə görə inkişafın təmin olunması.

[2], [5], [7], [10]

2.Mehmnxana komplekslərinin kadrlar xidməti

Kadrlar xidmətinin vəzifələri. Personalın seçilməsi və işə qəbulu. Personalın təlim və tədrisi. Təlim-tədris mehmanxanaları. Otellərdə personala qoyulan tələblər. İşçilərin seçilməsi və atestasiyası.

[3], [5], [7], [9], [11]

3.Mehmanxanalarda personal menecmenti

Personal menecmentinin istiqamətləri. Personalın menecmentinin elmi əsasları. Personal menecmentində mövcud olan doktrinalar. Mehmanxanalarda personalın seçilməsi və təlimatlandırılması. Personalın menecment strategiyası. Personal menecmentinin effektiv üsulları.

[1], [3], [4], [6], [8], [10]

4.Mehmanxanalarda menecerə qoyulan tələblər

Mehmanxanalrda menecerlərin vəzifə bölgüləri. İdarə etmə menecmentinin xüsusiyyətləri. İdarə etmədə personala nümunə olması. Öz işini dərinləndirməsi və təkmilləşdirməsi. Menecerə qoyulan etik tələblər. Menecerin iş strukturu.

[1], [4], [6], [8]

5.Mehmanxanalarda əmək kollektivlərinin formalaşması

İnsan resurslarının idarə olunması. Əmək kollektivlərinin formalaşması. Mehmanxanalrda əmək kollektivlərinin formalaşmasının istiqamətləri. Əmək bölgüsünün aparılması. Əmək ehtiyatlarının planlaşdırılması.

[2], [4], [5], [6], [9], [11]

6.Personalın secilməsi və işçi qüvvəsi bazarı

Sosial xidmət sahələrində işçi qüvvəsi bazarı. Əmək bazarının formalaşması. Əmək bazarında personalın seçilməsində qoyulan tələblər. Personal seçimin sosial-psixoloji üsulları. Personalın mehmanxana departamentlərinə uyğunluğunun müəyyən edilməsi.

[3], [5], [6], [8], [10]

7.Personalın qiymətləndirilməsi və işə qəbulu

Personalın qiymətləndirilməsinin üsulları. İşçi qüvvəsi təklifinin müəyyən edilməsi. Stabil personal heyətinin yaradılması üçün görülən tədbirlər. İşə qəbul və kadrların seçiminin mərhələləri. Testlərin

effektiv olmasına təsir edən amillər. Müsahibə ilə işə qəbul qaydaları.

[1], [3], [5], [9], [110]

8. Personalın təlim və tərbiyyəsi

İşçi qüvvəsinin təlimatına təsir edən amillər. Personalın təlimatında istifadə olunan müxtəlif mənbələr. Yerli və xarici treyninqlərin personalın inkişafında əhəmiyyəti. Mehmanxana personalının təlimatı prosesində əsas üsullar: müəssisə daxili, müəssisə xarici, təhsil ocaqları, QHT və s.

[1], [3], [5], [6], [8], [12]

9. Mehmanxana işçisinin etikası

Etik qaydalara qoyulan tələblər. Diplomatik etiket. Personalın qonaqlarla davranış mədəniyyəti və ünsiyyət qaydaları. Qonaqlarla davranış qaydaları. Mehmanxana personalının telefonla danışıqı.

[1], [3], [6], [7], [9]

10. Mehmanxana personalının xarici görünüşü və gigiyenasına qoyulan tələblər

Ünni formaların vacibliyi. Mehmanxana personalının xarici görünüşünə qoyulan tələblər. Personalın gigiyenasında əsas tələblər. Mehmanxanada fəaliyyət

göstərən departamentlərdəki personalara gigiyena ilə bağlı qoyulan tələblərin müxtəlifliyi.

[2], [4], [5], [7], [9], [11]

11. Brend hotellərdə personal xidmətinə qoyulan tələblər

Şəbəkə hotellərin personal seçimində qoyduğu tələblər. Personalın qiymətləndirilməsi və attestasiyasında brend hotellərin tətbiq etdiyi metodlar. Personalın inkişafının təmin olunması üsulları. Personalın treninqi və təcrübəsinin artırılmasına yönəldilən tədbirlər.

[1], [3], [5], [6], [8], [12]

12. Personalın idarə edilməsinin iqtisadi əsasları

Personalın idarə olunmasının iqtisadi istiqamətləri. Əməyin iqtisadi qiymətləndirilməsi. Personal əməyinin planlaşdırılması və idarə olunması. Personalın xərc strukturu. Personalının əməkhaqqı sistemi.

[2], [4], [6], [9], [11]

13. Personalın idarə edilməsinin sosial-psixoloji aspektləri

Personal idarə etmənin sosial-psixoloji xüsusiyyətləri. idarə etmənin sosial əsasları. Sosial-psixoloji təsir vasitələri. Təşkilatı inzibati üsulların psixoloji aspektləri. Psixoloji idarə etmənin təsir xüsusiyyətləri.

[2], [4], [5], [6], [8], [12]

Ədəbiyyat:

Əsas:

1.Ağakərimov M.M. Mehmanxanada Ön büro. Bakı “Aypara nəşriyyatı” 2013.

2.Ağakərimov M.M. Otel. Bakı “R.N.Novruz” Bakı 2008.

3.Soltanova H.B, Hüseynova Ş.H. Turizmin Əsasları. Bakı: “Mütərcim”, 2007

4.Soltanova H.B., Ağakərimov M.M., Bahazadə S.İ. Mehmanxana təsərrüfatı. Bakı: «Parni iz Baku»,2005

5.Soltanova H.B.,Zeynalov C.V. Otelçilik fəaliyyətinin əsasları. Bakı. “AzTU mətbəəsi” 2013.

6.Bovikin V. İ. Noviy menedjment: upravlenie predprietiem na urovne vıssix standartov; teoriə i praktika gffektivnoqo upravleniə. – M.: Gkonomika, 2002.

Əlavə:

7. Quləev V.Q. Orqanizaüie turistiçeskoj deätelğnosti. - M.: İnfra-M, 2003.
8. Kabuşkin N.İ. Menedjment turizma: Uçeb. posob.- M. : BQGU, 2002.
- 9.Osnovı upravleniə personalom: Uçebnik dlə vuzov / pod red. B.M. Qenkina. – M.: Vıssaə şkola, 2003.
- 10.Şekşnə S.V. Upravlenie personalom sovremennoy orqanizaüii. – M.: «Biznes-şkola «İntel-sintez», 2003.
- 11.Orqanizaüie i upravlenie qostiniçnım biznesom / Pod red A.L. Lesnika i dr. – M., 2000.
- 12.Orhan Batman. Otel işletmelerinin yönətimi. İstanbul: Turan, 2003

**Mehmanxana sənayesində
marketing araşdırmaları
İzahat vərəqi**

Mehmanxana sənayesində marketing araşdırmaları fənni “otelçilik” ixtisasının II kursunda təhsil alan tələbələr üçün nəzərdə turulur. Fənnin tədrisində məqsəd yerləşmə müəssisələrinin bazarda fəaliyyəti, marketing araşdırmalarının istiqamətləri, qonaqpərvərlik sənayesinin marketingi, hədəf marketingi araşdırmalarının tələbələrə nəzəri

baxımdan öyrədilir. Fənnin tədrisi 30 saat nəzərdə tutulub ki, bununda 15 saati mühazirə və 15 saati seminardan ibarətdir.

Fənnin mənimsənilməsi nəticəsində magistrılar bilməlidir:

-marketing tədqiqatlarının istiqamətin;

-otel təsərrüfatında marketing strateügiyasının seçilməsin;

-mehmanxanalarda məhsul marketinginin istiqamətlərin;

-mehmanxana məhsulunun irəlilədilməsinin təmin olunması;

-bu sahədə hədəf marketingin seçilməsin.

Bacarmalıdır:

-otellərdə marketingin təyin olunması;

-müşətilərlərə yönələn marketing fəaliyyətin;

-bazarda məhsulun təqdim olunması;

-satış kanalları ilə əlaqələrin qurulması.

Yiyələnməlidir:

- marketing tədqiqatlarının aparılma qaydası;

-otellərdə marketing fəaliyyətinin istiqamətlərin seçilməsin;

-məhsulun turizm bazarında satış üzrə marketinqinin fəaliyyətin;

-seqmentlər üzrə marketinq fəaliyyətin.

Fənnin tədrisində slyat, animasiyaların nümayişi üçün notbuk proyektordan istifadə olunması məqsədəuyğundur.

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| | Mövzuların adları | Cəm i | Mühazir ə | Seminar |
|----------|---|--------------|------------------|----------------|
| 1 | Mehmanxanalarda marketinq tədqiqatlarının istiqamətləri | 4 | 2 | 2 |
| 2 | Mehmanxana sənayesində strateji marketinq | 4 | 2 | 2 |
| 3 | İstehlak yönümlü marketinq strategiyası | 4 | 2 | 2 |
| 4 | Qonaqpərvərlik sənayesində marketinqin təyin edilməsi | 4 | 2 | 2 |
| 5 | Qonaqpərvərlik sənayesində marketinq | 4 | 2 | 2 |

| | | | | |
|---|---|-----------|-----------|-----------|
| | seqmentasiyası | | | |
| 6 | Mehmanxnalarda hədəf marketingi | 4 | 2 | 2 |
| 7 | Hotellərdə marketing informasiya təminatı | 6 | 3 | 3 |
| | Cəmi | 30 | 15 | 15 |

Mövzular və onların məzmunu

1.Mehmanxanalarda marketing tədqiqatlarının istiqamətləri

Marketing tədqiqatlarının məqsədi və istiqamətləri. Mehmanxanalarda marketing tədqiqatları bazarının öyrənilməsi istiqamətləri. Marketing tədqiqatlarına qoyulan tələblər. Mehmanxanalarda marketing tədqiqatlarının aparılması istiqamətləri. Turizmde ishelakçılardan davranışının modelləşdirilməsi.

[2], [4], [6], [9]

2.Mehmanxana sənayesində strateji marketing

Marketing strategiyasının mahiyyəti. Mehmanxanalarda strateji marketingin istiqamətləri. Yerləşmə müəssisələrində strateji marketing planlaşdırılması prosesi. Məhsul strategiyası. İlkin

marketing planlaşmasının yerləşmə müəssisələrində rolu.

[1], [3], [7], [9], [10]

3.İstehlak yönümlü marketing strategiyası

İstehlak yönümlü marketing konsepsiyasının mahiyyəti. Müəssisə səviyyəsində istehlak yönümlü marketing planlaşdırılması. İstehlak yönümlü marketingin formaları, istiqamətləri və strukturu. Bazarda müştəri seqmentasiyasının təyin olunması. Brend hotellərdə müştəri seqmentasiyası.

[1], [4], [5], [8],

4.Qonaqpərvərlik sənayesində marketingin təyin edilməsi

Qonaqpərvərlikdə marketing yanaşması. Üstün istehlak qiymətinin tətbiqi. İstehlakçı tələbinin formalaşdırılması. Marketoloqun təklifləri. Satış kanallarının müəyyənləşdirilməsi. İstehlakçı məmuniyyətionin təmin olunması. İstehlakçı kapitalının yığılması.

[1], [4], [9], [10]

5.Qonaqpərvərlik sənayesində marketing seqmentasiyası

Marketing segmentasiyasının mahiyyəti. Qonaqpərvərlik sənayesində marketing-kommunikasiya sistemi. Qonaqpərvərlik sənayesində müştərilərin seçilməsi. Mövcud müştəri resurslarının bölüşdürülməsi. Müştərilərə uyğun satışın təşkili.
[2], [3], [6], [9],

6.Mehmanxnalarda hədəf marketingi

Hədəf marketingin mahiyyəti. Bazarda hədəfin müəyyənləşdirilməsi. Bazar trendlərinin araşdırılması. Turizm bazarında hotelin hədəflərinin müəyyənləşdirilməsi. Hotellərdə hədəf marketinginin tətbiq pillələri. Hədəf marketingində satış kanallarının bölüşdürülməsi.

[2], [4], [6], [8], [10]

7.Hotellərdə marketing informasiya təminatı

Hotellərdə marketing informasiya sistemlərinin formalaşması. İnformasiyanın toplanması və tətbiq istiqamətləri. İnformasiyanın toplanmasının marketing araşdırılmalarında rolu. Müxtəlif elektron vasitələrdən hotel marketingində istifadə olunması.

[1], [4], [5], [8], [10]

Ədəbiyyat

Əsas:

- 1.Soltanova H.B., Ağakərimov M.M., Babazadə S.İ. Mehmanxana təsərrüfatı. Bakı: Parni iz Bakı, 2005,
- 2.Ağakərimov M.M. Otel. Bakı: R.N.Novruz-94, 2008
- 3.Əlirzayev Ə.Q. Turizmin iqtisadiyyatı və idarəedilməsi. Bakı 2011, 494 s.
- 4.Bahattin Rızaoğlu. Turizm pazarlaması. Ankara: Beta 2007
- 5.Ahmet Aktaş. Turizm işletmeciliyi ve yönetimi. Ankara: Detay 2002

Əlavə:

- 6.Saime Oral. Otel işletmeciliği ve verimlilik analizi. Ankara: Ekonom, 2005
- 7.Kotler i dr. Qostepriimstvo v turizm. M-2005.
- 8.Kotlep Flip i dr. Marketing, qostepriimstvo, turizm. M.: 1998
- 9.Duroviç A.P. Marketing v turizme, Minsk: 2001
10. David Bowie, Francis Buttle. Hospitality marketing. New-York: Elsevier, 2004

III. İXTİSASLAŞMA: TURİZM İŞİ

Turizmdə xidmət sahələrinin hüquqi əsasları

İzahat vərəqi

“Turizmdə xidmət sahələrinin hüquqi əsasları” fənni II kurs magistrlara ixtisas kursu kimi tədris olunur. Tədris prosesində magistrlara turizm sahəsində hüquqi tənzimlənmə, turizm üzrə sahibkarlıq subyektlərini fəaliyyətinin tənzimlənməsi, bu sahədə olan qanunvericilik sahəsi, vergi, sığorta, pasport-viza rejimi, lisenziyalaşdırma, standartlaşdırma haqqında nəzəri məlumatların öyrədilməsindən ibarətdir. Fənnin tədrisi 45 saat nəzərdə tutulmuşdur ki, bunun da 30 saati mühazirə, 15 saati seminar məşğələdən ibarətdir.

Fənnin mənimsənilməsi nəticəsində magistrlar bilməlidir:

-turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsinin istiqamətlərini;

-turizm xidmətlərinin hüquqi təminatı;

-bu sahədə mövcud olan beynəlxalq və yerli qanun və qaydaları;

-turizmə birbaşa və dolayısı yolla təsir edən tənzimlənmə vasitələrini;

-turizmdə standartlaşma və lisenziyalaşdırma qaydalarının.

Bacarmalıdır:

-turizmdə sahibkarlıq subyektinin yaradılmasın;

-bu sahədə tənzimlənmə institutlarının fəaliyyətinin istiqamətlərin;

-vergi, sərhəd-gömrük, pasport-viza rəsmiyyətçiliyinin qaydaların.

Yiyələnməlidir:

- turizm sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyətinin tənzimlənməsin;

-bu sahədə mövcud standartların tətbiq qaydaların;

-turizm xidmətlərininə qoyulan tələbləri;

-bu sahədə qanunvericilik bazasının istiqamətlərin.

Fənnin tədrisində slyat, animasiyaların nümayişi üçün notbuk proyektordan istifadə olunması məqsədəuyğundur.

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| | Mövzuların adı | Cəmi | Müh | Sem. |
|----------|--|-------------|------------|-------------|
| 1 | Fənnin predmeti, məqsədi və vəzifələri | 2 | 2 | |

| | | | | |
|-----------|---|-----------|-----------|-----------|
| 2 | Sosial-mədəni sahələrin hüquqi tənzimi | 4 | 2 | 2 |
| 3 | Turizm xidmətlərinin hüquqi tənzimi | 6 | 4 | 2 |
| 4 | Turizm firmalarının fəaliyyətinin hüquqi əsasları | 2 | 2 | |
| 5 | Yerləşmə xidmətlərinin tənzimlənməsi | 6 | 4 | 2 |
| 6 | Turizmdə vergi münasibətlərinin tənzimlənməsi | 2 | 2 | |
| 7 | Turizmdə sığorta münasibətlərinin tənzimlənməsi | 4 | 2 | 2 |
| 8 | Turizmdə sərhəd və gömrük rəsmiyyətmiliyi | 6 | 4 | 2 |
| 9 | Turizmdə viza rəsmiyyətçiliyi | 4 | 2 | 2 |
| 10 | Turizmdə lisenziyalaşdırma qaydaları | 2 | 2 | |
| 11 | Turizmdə standartların tətbiqi | 4 | 2 | 2 |
| 12 | Azərbaycanda milli turizm qanunvericiliyi | 3 | 2 | 1 |
| | CƏMİ | 45 | 30 | 15 |

Mövzular və onların məzmunu

1.Fənnin predmeti, məqsədi və vəzifələri

Fənnin öyrənilmə sahəsi. turizm xidmətlərində tənzimlənmə metodları. Turizmdə dövlət

tənzimləməsinin əsasları. Beynəlxalq turizm sahəsində tənzimlənmə və standartlar. Beynəlxalq qayda və tövsiyələr. Turizm sahəsinə birbaşa və dolaylı yolla aid olan qanunvericilik sahələri.

[1], [4], [7], [11], [12]

2.Sosial-mədəni sahələrin hüquqi tənzimi

Sosial-mədəni xidmətlərin mahiyyəti. Sosial sahələrin hüquqi tənzimi. Bu sahədə olan qanunvericilik aktları və standartları. Sosial xartiya və onun əhəmiyyəti. Mədəni obyektlərdən istifadənin tənzimlənməsi. Beynəlxalq və milli səviyyədə mədəni obyektlərin qorunması.

[1], [3], [9], [10], [12]

3.Turizm xidmətlərinin hüquqi tənzimi

Beynəlxalq və dövlətlərarası hüquqda turizminin tənzimlənməsi-mahiyyəti və anlayışı. Turizmin tənzimlənməsində əsas hüquqi normalar. Beynəlxalq turizm hüququnun prinsipləri. Turizm müqavillələri və onların mahiyyəti. İkitərəfli və çoxtərəfli turizm müqavilələri. tərəflərin vəzifələri və öhtəlikləri.

[1], [4], [9], [10]

4.Turizm firmalarının fəaliyyətinin hüquqi əsasları

Firma anlayışı. Sahibkarlıq fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Turizmdə sahibkarlıq subyektləri. Turizm üzrə sahibkarlığın növləri. Turizmdə səhmdar cəmiyyət, kooperativlər və firmalar. Birgə müəssisələr. Turizm sənayesində kiçik müəssisələrin üstünlükləri.

[2], [6], [7], [9]

5.Yerləşmə xidmətlərinin tənzimlənməsi

Yerləşmə xidmətlərinin tənzimlənməsinin hüquqi əsasları. Mehmanxana xidmətləri haqqında beynəlxalq standartlar. Yerləşmə xidmətlərinə qoyulan tələblər. Yerləşmə xidmətləri üzrə müqavilələr. yerləşmə müəssisəsi ilə turoperator və bronlaşma şirkətlərinin arasındakı münasibətlərin tənzimlənməsi.

[1], [3], [7], [8], [12]

6.Turizmdə vergi münasibətlərinin tənzimlənməsi

Vergilər məcələsi. Turizmdə vergiyə cəlb olunmanın istiqamətləri. Turizm şirkətlərinin ödədiyi vergilər. Yerləşmə müəssisələrində vergiyə cəlb olunan xidmətlər. Turizmdə sadələşdirilmiş vergilərin tətbiqi.

[1], [4], [5], [8], [9]

7. Turizmdə sığorta münasibətlərinin tənzimlənməsi

Sığorta münasibətlərinin tənzimlənməsi. Azərbaycan Respublikasının sığorta xidməti haqqında qanunu. Beynəlxalq və ölkə əhəmiyyətli sığorta agentləri. Turizmdə sığortanın əhəmiyyəti. Turizm sənayesində sığortaya cəlb olunan xidmətlər. Gəlmə və getmə turizmdə sığorta münasibətləri. Sığorta münasibətləri ilə bağlı olan problemlərin hüquqi həlli.

[1], [4], [7], [9], [10]

8. Turizmdə sərhəd və gömrük rəsmiyyətçiliyi

Turizmdə sərhəd və gömrük rəsmiyyətçiliyinin xüsusiyyətləri. Gömrük bəyanamələri və onların sadələşdirilmiş formasının turizmdə tətbiqi. Ölkədə gömrük və sərhəd regiminin tənzimlənməsi. Sərhəddən keçmə qaydaları. Yaşıl və qırmızı zona. Sadələşdirilmiş sərhəd və gömrük rəsmiyyətçiliyi.

[1], [4], [6], [8], [10]

9. Turizmdə viza rəsmiyyətçiliyi

Getmə və gəlmə turizmdə vizanın rolu. Azərbaycanda pasport və viza münasibətlərinin

tənzimlənməsi. Pasport rəsmiyyətçiliyi. Vizaların alınması qaydaları. Vizasız münasibətlərinin tətbiqinin turizm sənayesində əhəmiyyəti. Sengen vizası. Azərbaycanın vizasız münasibətdə olduğu ölkələr.

[1], [3], [7], [8]

10. Turizmdə lisenziyalaşdırma qaydaları

Turizm sənayesində lisenziyalaşdırmanın şərtləri. Lisenziyalaşdırmanın hüquqi əsasları. Turizm sənayesi xüsusi lisenziya tətbiq olunan sahə kimi. Beynəlxalq miqyasda lisenziyalaşdırılan sahələr arasında turizmin yeri. Azərbaycanda turizm və yerləşmə xidmətlərinin lisenziyalaşdırılması.

[2], [4], [7], [8], [9]

11. Turizmdə standartların tətbiqi

Standartlaşma analizi və ona daxil olan sahələr. Standartlaşmanın turizmdə əhəmiyyəti. Beynəlxalq standartlaşma qaydaları. Standartlaşmanın turizminin ayrı-ayrı sahələrinə tətbiqi və fərqli xüsusiyyətləri. Ekskursiya, turizm məhsulu və yerləşmə xidmətləri üzrə standartlar. Milli səviyyədə turizm üzrə standartların tətbiqi.

[2], [4], [5], [10], [12]

12. Azərbaycanca milli turizm qanunvericiliyi

Ölkədə turizmə birbaşa və bilavasitə təsir edən qanunlar. Turizm, sahibkarlıq, nəqliyyat, istehlakçıların hüquqları haqqında qanunlar. Turizm haqqında qanun əsas müddəaları. Yeni qanunvericilik təşəbüsləri. Milli qanun qanunvericilikdə turoperator, turagent, yerləşmə müəssisələri üzrə sahibkarlıq subyektlərinin tənzimlənməsi. Xüsusi qorunan ərazilər haqqında milli qanunvericilik.

[1], [3], [5], [7], [8]

Ədəbiyyat

Əsas:

1. Bilalov B.Ə. Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Bakı-2006.
2. Əliyev Ə.İ., Aslanov E.Z. Beynəlxalq turizm hüququ. Bakı-2011.
3. Faruk Andaç. Turizm hukuku. Ankara “Detay” 2006
4. Turizm ekskursiya xidmətlərinin sertifikatlaşdırılması: hüquqi normativ sənədlər, Bakı, 2010

5. Turizm haqqında qanun. Bakı 1999
6. İstehlakçıların hüquqları haqqında qanun. Bakı-1995.
7. Turizm sahəsində normativ hüquqi sənədlər. Bakı-2002
8. Vergilər haqqında əsasnamə. Bakı-2011

Əlavə:

9. Voloşin, N.İ. Pravovie osnovı turistskoy deştelğnosti, M., 2002
10. Quləev V.Q. Pravovoe requlirovanie turistskoy deştelğnosti, M., 1998.
11. Jarkov Q.N. Pravovoe obespeçenie mejdunarodnoqo turizma, Kiev, 2004.
12. Dextərt Q.M. Liüenzirovanie i sertifikauie v turizme. M.: 2006

Beynəlxalq turizmin təşkili

İzahat vərəqi

Beynəlxalq turizm- hər bir dövlətin xarici iqtisadi əlaqələrinin xüsusi forması və ya digər ölkədə səyahətdə olan insanlar tərəfindən əldə olunan məlumatların mühüm kanalıdır. Beynəlxalq turizm həm də beynəlxalq mədəni əməkdaşlığın səmərəli forması, beynəlxalq əlaqələrin möhkəmlənməsinə və öyrənilməsinə kömək edən vasitədir. Beynəlxalq turizmin təşkili sosial coğrafiyanın bir sahəsi olmaqla ayrı-ayrı region və ölkələrdə turizmin vəziyyəti və xüsusiyyətləri, onun fəaliyyətinin mümkünlüyünü təmin edən şərait və ehtiyatları, həmçinin fəaliyyətinin növlərini, turist müəssisələrini öyrənir. Bu baxımdan fənnin tədrisini məqsəduyğun hesab

etmişik. Bu fənnin tədrisinə 45 saat (30s. müh., 15s. məş.) ayrılmışdır.

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| № | Mövzular | müh. | məş. | səmi |
|----------|---|-------------|-------------|-------------|
| 1 | Kursun məqsədi, vəzifələri, öyrənilmə tarixi | 2 | - | 2 |
| 2 | Səyahət və turizmin meydana gəlmə səbəbləri | 2 | - | 2 |
| 3 | Beynəlxalq turizmin inkişafının əsas amilləri | 2 | 2 | 4 |
| 4 | Turizm sahəsində beynəlxalq əməkdaşlıq | 2 | - | 2 |
| 5 | Beynəlxalq turizm sosial-iqtisadi hadisə kimi | 2 | 2 | 4 |
| 6 | Turizm sənayesinin xidmətlərinə tələbat | 2 | - | 2 |
| 7 | Beynəlxalq turizm bazarı | 4 | 2 | 6 |
| 8 | Turizm bazarının planlaşdırılması | 2 | | 2 |
| 9 | Beynəlxalq turizm bazarının fəaliyyət mexanizminin xüsusiyyətləri | 2 | | 2 |
| 10 | Beynəlxalq turizmin coğrafiyası | 2 | 2 | 4 |
| 11 | Beynəlxalq turist səyahətlərinin təşkili | 2 | - | 2 |
| 12 | Beynəlxalq turizmde informasiya texnologiyaları | 2 | 2 | 4 |

| | | | | |
|----|---------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| 13 | Beynəlxalq turizmdə agent müqaviləsi | 2 | - | 2 |
| 14 | Beynəlxalq turizm bazarında marketing | 3 | 2 | 5 |
| | Cəmi | 30 | 15 | 45 |

Mövzular və onların məzmunu

1.Kursun məqsədi, vəzifələri, öyrənilmə tarixi

Fənnin tədris olunmasının məqsəd və vəzifələri. XX əsrin ikinci yarısından dünya iqtisadiyyatında beynəlxalq turizmin mövqeyi. Turizm XX əsrin fenomeni kimi. Turizmdə kütləvilik. Finikiyalılar turizm biznesinin baniləri kimi. Turizmin tədqiq olunmasında əməyi olan mütəxəsislər və alimlər.

2.Səyahət və turizmin meydana gəlmə səbəbləri

Okeaniya sakinləri ilk səyahətçilər kimi. Aralıq dənizi ölkələri sakinlərinin səyahətləri. Roma və yunan səyahətləri. Səlib müharibələri dövründə avropalıların səyahətləri. A.Nikitin, Marko Polo, Vasko de Qamo, X.Kolumbun səyahətlərinin səbəbləri. Böyük coğrafi kəşflər. Müasir dövrdə səfərlərin yeni növləri.

3. Beynəlxalq turizmin inkişafının əsas amilləri

«Səyahət» və «turizm» insanın müəyyən fəaliyyət tərzini təsvir edən ayrılmaz anlayışdır kimi. Səyahət və onun tərifi. Yeni torpaqların kəşfi dəniz səyahətlərinə təkan verən amil kimi. Turizmin səyahətlərdən fərqi. Turizmin tarixi barədə müxtəlif fikirlər. T.Kuk ilk səyahəti təşkil edən şəxs kimi.

Texniki tərəqqi və kütləvi turizm. 1925-ci ildə beynəlxalq turizmə həsr olunmuş birinci Haaqa konfransı. II dünya müharibəsindən sonra beynəlxalq turizmin strukturunda baş vermiş dəyişikliklər.

4. Turizm sahəsində beynəlxalq əməkdaşlıq

Turizm sahəsində əməkdaşlığın məqsəd və vəzifələri. İkitərəfli və çoxtərəfli əməkdaşlıq. Mühüm beynəlxalq turizm təşkilatları. Turizm təşkilatlarının təsnifatı. ÜEE və onun təşkilati strukturu. Beynəlxalq turizmin inkişafında BMT-nin mühüm sənədləri. BMT-nin turizm sahəsində fəaliyyəti.

5. Beynəlxalq turizm sosial-iqtisadi hadisə kimi

Turizmin müasir vəziyyəti. Beynəlxalq turizmin əhəmiyyəti. Turizmin sosial-iqtisadi əhəmiyyəti.

Beynəlxalq turizmin inkişafını müəyyən edən amillər. Turizm sənayesi və turizm iqtisadiyyatı. Dövlətin turizm siyasəti. Turizm fəaliyyətinin müsbət və mənfi tərəfləri.

6. Turizm sənayesinin xidmətlərinə tələbat

Turizm sənayesinin strukturu və tərkibi. Təklif və tələbat planlaşdırmanın balanslaşdırılmış məqsədi kimi. Turizm bazarı anlayışı. Turizm bazarında turizm xidmətlərinin realizə olunması. Turizm bazarının ərazi strukturu. Təşkil olunmuş istirahət və turizm anlayışları. Nəqliyyat növlərinin turizm sənayesinə təsiri.

7. Beynəlxalq turizm bazarı

Turizm bazarı iqtisadi münasibətlərin təzahürü kimi. Beynəlxalq turizm bazarı, turoperator və turagent anlayışları. Beynəlxalq turizm bazarında dəyişikliklər və bunların səbəbi. Beynəlxalq turizm bazarı fəaliyyətinin mexanizmi. Turizm dövriyyəsi. Mövsümiyyətin beynəlxalq turizm bazarına təsiri. Mövsümlilik əmsalının təyin edilməsi. Beynəlxalq turizm bazarının seqmentləri.

8. Turizm bazarının planlaşdırılması

Turizm bazarının planlaşdırılması turizmin ümumi inkişafının bir sahəsi kimi. Ölkələrin, beynəlxalq turizm təşkilatlarının bazarın planlaşdırılmasında rolu. Planlaşdırmanın müddəti, planlaşdırma və reklam informasiya xidmətləri, bazarın tutumu.

9. Beynəlxalq turizm bazarının fəaliyyət mexanizminin xüsusiyyətləri

Qiymət və qiymət əmələgəlmə anlayışları. Turizm bazarında maliyyə münasibətlərinin təşkili. Maliyyələşdirmənin əsas funksiyaları.

10. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası

Beynəlxalq turizmin coğrafi amilləri. Təbii, iqtisadi və sosial-coğrafi amillər. Dünya turist axınlarının coğrafiyası. Beynəlxalq turizmin formaları, növləri və coğrafiyası. Beynəlxalq turizmin coğrafiyasında struktur dəyişikliklər.

11. Beynəlxalq turist səyahətlərinin təşkili

Turist səfərlərinin təşkilində turizm şirkətlərinin rolu. Agentliklər arasında müqavilə. Beynəlxalq turların təşkilində turoperatorların rolu. Turizm agentliklərinin fəaliyyəti və iş texnologiyası.

12. Beynəlxalq turizmdə informasiya texnologiyaları

Turizmdə informasiya texnologiyalarının növləri. AMADEUS sistemi. QALİLEO sistemi. Turizmdə internetdən istifadə texnologiyası. Turizm saytlarının elementləri. Mühüm beynəlxalq turizm saytları.

13. Beynəlxalq turizmdə agent müqaviləsi

Agent müqaviləsi və onun mahiyyəti. Agent müqaviləsində əsas prinsiplər. Agent müqaviləsinin şərtləri. Müqavilənin obyektı. Beynəlxalq turların satışında müqavilənin əhəmiyyəti.

14. Beynəlxalq turizm bazarında marketing

Turizm marketinginin xüsusiyyətləri və kompleks səciyyəsi. Beynəlxalq turizmdə marketing konsepsiyası. Beynəlxalq turizm bazarının təhlili. Marketing informasiya sistemi. Turizm tələbatının segmentləşdirilməsi. Regional və milli səviyyədə fəaliyyət göstərən turizm şirkətlərinin marketing sahəsində fəaliyyəti.

Ədəbiyyat

Əsas:

1.Məmmədov C.A., Soltanova H.B., Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası . Bakı: “R.N. Novruz-94”, 2002.

2.Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizmdə işlədilən termin və anlayışların izahlı lüğəti. Bakı: “CBS”, 2011

- 3.Soltanova H.B., Ağakərimov M.M., Baba-zadə S.İ.
- 4.Mehmanxana təsərrüfatı. Bakı: «Parni iz Bakı», 2005
- 5.Aleksandrova A.Ö. Mejdunarodniy turizm. M.: «ASPEKT-PRESS», 2001
- 6.Voskresenskiy V.Ö. Mejdunarodniy turizm. M.: «ÖNİTİ-DANA», 2011
- 7.Qluşko A.A., Sazıkin A.M. Qeoqrafia turizma. Vladivostok, 2002
- 8.Gkonomika i orqanizaüia turizma: Mejdunarodniy turizm. Pod red. İ.A.Rəbovoy i dr. M.: KNORUS, 2005

Əlavə

- 1.N. Özgüç, Turizm soğrafiyası. İstanbul. 2003

Turizmin nizamlanması

İzahat

vərəqi

Turizmin nizamlanması fənni II kurs “Turizm işi” ixtisasında təhsil alan magistrlara tədris olunur. Fənnin tədrisində məqsəd magistrlara turizm fəaliyyətinin nizamlanmasının xüsusiyyətləri, bu sahədə olan qanunvericilik aktları, beynəlxalq

nizamlanmanın istiqamətləri, turizmdə rəsmiyyətçilik, bu sahə də olan standartlar və onların tətbiqi, istehlakçı hüquqlarının qorunmasının öyrədilməsi nəzərdə tutulur. “Turizmin nizamlanması” fənni 30 saat olmaqla, 15 saat müəhazirə və 15 saat seminar məşğələdən ibarətdir.

Fənnin mənimsənilməsi nəticəsində magistrılar bilməlidir:

- turizmin nizamlanmasının istiqamətlərin;
- turizm xidmətlərinin hüquqi təminatı;
- bu sahədə mövcud olan beynəlxalq və yerli qanun və qaydaları;
- turizmə birbaşa və dolayısı yolla təsir edən tənzimlənmə vasitələrin;
- turizmdə standartlaşma və lisenziyalaşdırma qaydaların.

Bacarmalıdır:

- turizmdə sahibkarlıq subyektinin yaradılmasını;
- bu sahədə tənzimlənmə institutlarının fəaliyyətinin istiqamətlərin;
- vergi, sərhəd-gömrük, pasport-viza rəsmiyyətçiliyinin qaydaların.

Yiyələnməlidir:

- turizm sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyətinin tənzimlənməsin;

-bu sahədə mövcud standartların tətbiq qaydalarını;

-turizm xidmətlərinə qoyulan tələbləri;

-bu sahədə qanunvericilik bazasının istiqamətlərin.

Fənnin tədrisində slyat, animasiyaların nümayişi üçün notbuk proyektordan istifadə olunması məqsədəuyğundur.

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| | Mövzuların adı | Cəmi | Mühazirə | Seminar |
|---|---|------|----------|---------|
| 1 | Turizm fəaliyyətinin nizamlanmasının əsas istiqamətləri | 4 | 2 | 2 |
| 2 | Turizm fəaliyyətinə aid qanunvericilik aktları | 4 | 2 | 2 |
| 3 | Beynəlxalq turizm hüququ institutları | 4 | 2 | 2 |
| 4 | Turizm biznesi ilə | 4 | 2 | 2 |

| | | | | |
|---|--|-----------|-----------|-----------|
| | bağlı olan qanunvericilik aktları | | | |
| 5 | Turizmdə vergilərin tənzimlənməsi | 4 | 2 | 2 |
| 6 | Turizmdə rəsmiyyətçilik | 4 | 2 | 2 |
| 7 | Turizm fəaliyyətində istehlakçı hüquqlarının müdafiəsi | 4 | 2 | 2 |
| 8 | Azərbaycanda turizmdə standartların tətbiqi | 2 | 1 | 1 |
| | Cəmi | 30 | 15 | 15 |

Mövzular və onların məzmunu

1. Turizm fəaliyyətinin nizamlanmasının əsas istiqamətləri

Turizm fəaliyyətinin nizamlanmasının əsas istiqamətləri. dövlət nizamlanması və nəzarətin təşkili. Turizm bazarının nizamlanması. Turizm sahibkarlığı və onunla bağlı qanunverici aktlar. Turizmdə nizamlanmanın əsas istiqamətləri.

[2] [3] [4] [10]

2.Turizm fəaliyyətinə aid qanunvericilik aktları

Turizm fəaliyyəti ilə bağlı beynəlxalq standartlar. Beynəlxalq standartların və tövsiyələrin tətbiqi. Beynəlxalq turizm təşkilatlarının tövsiyələri. Turizmdə milli qanunvericilik aktları.

[1] [3] [9] [11]

3.Beynəlxalq turizm hüququ institutları

Beynəlxalq turizm institutunun mənbəyi və əməlləri. Beynəlxalq turizm institutlarının əsas vəzifələri və fəaliyyət istiqamətləri. Turizmə birbaşa və dolay yolla təsir edən beynəlxalq turizm aktları.

[3] [5] [8] [9]

4.Turizm biznesi ilə bağlı olan qanunvericilik aktları

Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyəti və onun tənzimlənməsi. xidmət sahələri üzrə sahibkarlıq fəaliyyəti. Turizm şirkətlərinin fəaliyyətinin hüquqi əsasları. Yerləşmə müəssisələri üzrə sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas istiqamətləri və qanun vericilik bazası.

[1] [3] [6] [8]

5.Turizmdə verigilərin tənzimlənməsi

Vergi qanunvericiliyi. Xidmət sahələri üzrə vergilər. Turizmdə vergi siyasəti. Turizmdə sadələşdirilmiş vergilər. Mənfəət və əmlak vergisi. Yerləşmə müəssisələri və iaşə xidmətlərinin cəlb olunduğu vergilər.

[3] [4] [10]

6.Turizmdə rəsmiyyətçilik

Gömrük və sərhəd rəsmiyyətçiliyi. Paspotr rəsmiyyətçiliyi. Viza münasibətləri. Viza münasibətlərinin beynəlxalq qaydaları. Vizadan imtina qaydaları. Sığorta rəsmiyyətçiliyi.

[1] [3] [4] [5]

7.Turizm fəaliyyətində istehlakçı hüquqlarının müdafiəsi

Turistlərin hüquq və vəzifələri. Turizm məhsulunun kəmiyyət və keyfiyyətinə görə istehsalçının məsuliyyəti. İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu. İstehlakçıların hüquqlarının qorunmasının istiqamətləri. Turizm xidmələrində yaranan mübahisəli məsələlərin həlli.

[1] [2] [3] [7]

8.Azərbaycanda turizmdə standartların tətbiqi

Azərbaycanda turizmə dair dövlət standartları: mehmanxana, turizm məhsulu, ekskursiya xidmətləri.Yerləşmə müəssisələrində qiymətləndirmə standartları. Dövlət standartlarının tətbiqi. Dövlət standartlarının tətbiqinə nəzarət.

[1], [3], [7]

Ədəbiyyat

Əsas:

- 1.Turizm haqqında qanun. Bakı ,1999
- 2.İstehlakçıların hüquqları haqqında qanun. Bakı-1995.
- 3.Turizm sahəsində normativ hüquqi sənədlər. Bakı-2002
- 4.Bilalov B.Ə. Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Bakı-2006.
- 5.Əliyev Ə.İ., Aslanov E.Z. Beynəlxalq turizm hüququ.Bakı-2011.
- 6.Faruk Andaç. Turizm hukuku. Ankara “Detay” 2006

7. Turizm ekskursiya xidmətlərinin sertifikatlaşdırılması: hüquqi normativ sənədlər, Bakı,2010

Əlavə:

8.Voloşin, N.İ. Pravovie osnovı turistskoy deätelğnosti, M., 2002

9.Quləev V.Q. Pravovoe requlirovanie turistskoy deätelğnosti, M., 1998.

10.Jarkov Q.N. Pravovoe obespeçenie mejdunarodnoqo turizma, Kiev, 2004.

11.Dextərt Q.M. Liüenzirovanie i sertifikauie v turizme. M.: 2006

Sağlamlıq və rifah turizmi

İzahat vərəqi

“Sağlamlıq və rifah turizmi” II kurs magistrar üçün ixtisas fənni kimi tədris olunur. Fənin tədrisində əsas məqsəd magistrarə müalicəvi-sağlamlıq turizminin əsas xüsusiyyətləri, inkişaf istiqamətləri haqqında məlumat verməkdən ibarətdir. Burada tələbələrə müalicəvi-sağlamlıq turizminin tərkib hissələri, resurs bazası, kompleks kurort xidmətlərinin xüsusiyyətləri, SPA, animasiya, idman-sağlamlıq, ekskursiya xidmətləri, sağlamlıq turizminin inkişaf tendensiyası və onun idarə olunması haqqında nəzəri biliklərin aşılmasından ibarətdir.

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| | Mövzuların adı | Cəmi | Müh. | Sem. |
|---|---|------|------|------|
| 1 | Fənnin predmeti, məqsədi və vəzifələri | 2 | 2 | |
| 2 | Müalicə-sağlamlıq turizminin tərkib hissələri | 4 | 2 | 2 |
| 3 | Sağlamlıq və rifah turizminin resurs bazası | 2 | 2 | |
| 4 | Kompleks kurort xidmətlərinin təşkili | 4 | 2 | 2 |
| 5 | SPA xidmətlərinin | 6 | 4 | 2 |

| | | | | |
|----|--|-----------|-----------|-----------|
| | təşkili | | | |
| 6 | Sağlamlıq mərkəzləri | 2 | 2 | |
| 7 | Hotellərdə idman-sağlamlıq xidmətləri | 4 | 2 | 2 |
| 8 | Kurortlarda animasiya xidmətlərinin təşkili | 2 | 2 | |
| 9 | Müalicə-sağlamlıq müəssisələrində ekskursiya xidmətlərinin təşkili | 4 | 2 | 2 |
| 10 | Sağlamlıq turizm bazarı | 6 | 4 | 2 |
| 11 | Sağlamlıq turizminin marketing konsepsiyası | 6 | 4 | 2 |
| 12 | Sağlamlıq turizminin idarə olunması | 3 | 2 | 1 |
| | CƏMİ | 45 | 30 | 15 |

Mövzular və onların məzmunu

1.Fənnin predmeti, məqsədi və vəzifələri

Müalicəvi-sağlamlıq turizminin tərkib hissələri. Müalicə-sağlamlıq müəssisələri. Öyrənilmə istiqamətləri. Sağlamlıq turizminin digər turizm növləri ilə əlaqəsi.

2.Müalicə-sağlamlıq turizminin tərkib hissələri

Müalicə-sağlamlıq turizminə daxil olan komponentləri. Kurort-istirahət mərkəzləri, müalicə pansionatları, sanatoriyalar. İstirahət müəssisələrində sağlamlıq xidmətləri. Sağlamlıq turizm xidmətlərinə daxil olan əsas istiqamətlər. Rekreasiya-idman tədbirlərinin sağlamlıq turizmində rolu.

3.Sağlamlıq və rifah turizminin resurs bazası

Mikroiqlim, mineral sular, ekzotik landsaft sağlamlıq turizminin tərkib hissəsi kimi. Sağlamlıq turizmində resurslardan istifadənin istiqamətləri. Dəniz-iqlim kurortları sağlamlıq turizminin tərkib hissəsi kimi. Komfort və müalicəvi iqlim şəraitinin sağlamlıq turizmində rolu. Sağlamlıq turizmdə ekzotik landsaftın əhəmiyyəti.

4.Kompleks kurort xidmətlərinin təşkili

Kompleks kurort xidmətlərinin əhəmiyyəti. Kompleks kurort xidmətinə daxil olan komponentlər: idman-rekreasiya, əyləncə, SPA, müalicə və sağlamlıq tədbirləri. Kurortlarda animasiya xidmətləri və asudə vaxtın təşkili. Kurortlarda əlavə xidmətlərin təşkili.

5.SPA xidmətlərinin təşkili

SPA xidmətlərinə daxil olan komponentlər. SPA-ların növləri. Kurort SPA xidmətləri. Resort hotellərdə SPA xidmətləri. İstirahət xidmətlərində SPA mərkəzləri. Ayrıca təşkil olunmuş SPA xidmətləri. SPA texnologiyası. Mehmanxanalarda SPA xidmətlərinin təşkili.

6.Sağlamlıq mərkəzləri

Sağlamlıq mərkəzlərinin təşkili. İstirahət zonalarında sağlamlıq mərkəzləri. Resort hotellərdə idman-sağlamlıq mərkəzləri. Müalicə-sağlamlıq müəssisələrində idman-sağlamlıq mərkəzləri. Ayrıca təşkil olunan idman sağlamlıq mərkəzləri.

7.Hotellərdə idman-sağlamlıq xidmətləri

Hotellərdə idman-sağlamlıq xidmətlərinə daxil olan komponentlər. İdman sağlamlıq qurğuları ilə təminat və texniki təchizatı. Rekreasiya mərkəzləri. Üzgüçülük hovuzu, türk, fin, rus hamaları. Təbii kosmetoloji müalicə. İdman sağlamlıq mərkəzləri.

8.Kurortlarda animasiya xidmətlərinin təşkili

Kurortlarda animasiya anlayı. Kurortlarda animasiya tədbirlərinin planlaşdırılması. Müalicə dövründə və müalicə dövründən sonrakı animasiya tədbirləri.

hotellərdə animasiya tədbirlərinə daxil olan xidmətlər.

9.Müalicə-sağlamlıq müəssisələrində ekskursiya xidmətlərinin təşkili

Müalicə-sağlamlıq müəssisələrində əlavə xidmətlərin təşkili. Sağlamlıq müəssisələrində turların və ekskursiyaların əhəmiyyəti. Müalicə-sağlamlıq müəssisələrində ekskursiya xidmətlərinin təşkilinin asudə vaxtın rolu. Ekskursiyalar üçün vaxtın və obyektin secilməsi. Sağlamlıq müəssisələrində turlar və ekskursiyaların təşkilində kooperativ müəsisələrin rolu.

10.Sağlamlıq turizm bazarı

Müalicə-sağlamlıq turizm bazarı. Sağlamlıq turizm məhsulunun formalaşması. Bu məhsulun bazarda irələdilməsi. Sağlamlıq məhsullarına tələbatın formalaşması. Beynəlxalq turizmdə sağlamlıq turizmi yeri. Avropa regionunda sağlamlıq turizm bazarı. Asiyada sağlamlıq turizm bazarı. Amerika regionunda sağlamlıq turizm bazarı. Azərbaycanda müalicə-sağlamlıq turizminin inkişafı.

11.Sağlamlıq turizminin marketing konsepsiyası

Sağlamlıq turizmdə marketinq konsepsiyası. sağlamlıq turizmində tələb və təklifin formalaşması və öyrənilməsi. Sağlamlıq turizmində istehlakçıların davranışının öyrənilməsi. məhsulun rəqabət qabiliyyətinin öyrənilməsi. Sağlamlıq turizminin bazar seqmentləşməsi. Sağlamlıq turizmində məqsədli bazarın müəyyənləşdirilməsi. Sağlamlıq turizmində strateji marketinq.

12.Sağlamlıq turizminin idarə olunması

Müalicə-sağlamlıq turizmində idarə etmənin mahiyyəti. Müalicə-sağlamlıq turizmində insan resurslarından istifadə. İnsan resurslarının idarə edilməsi. İdarəetmədə strateji menecment. İdarəetmənin kooperativ üsulları. Sağlamlıq turizmdə personal idarə edilməsi

Ədəbiyyat

Əsas:

1. 2008-2017-ci illərdə kurortların inkişafı haqqında Dövlət proqramı. Bakı-2008
- 2.Dərgahov V.S. Rekreasiya-turizm ehtiyatları, Bakı 2008.
- 3.Dərgahov V.S. Azərbaycanda kurort-müalicə turizmi:inkişaf tarixi, müasir vəziyyət, problemlər və

perspektivlər. Coğrafiya cəmiyyətinin əsasərləri XVII cild. Bakı 2011. Səh: 182-193.

4.Hacıoğlu N.D. Sağlıq turizmi. Ankara. “Detay” 2006

Əlavə:

5.Kuskov A.S., Qolubeva V.L., Odinüova T.N. Rekreaüionnaə qeoqrafia. M.: 2005.

6.Vetitnev A.M., Juravleva L.B. Kurortnoe delo. M.: 2006.

7.Vetitnev A. M. Marketing sanatorno-kurortnıx usluq. M.: 2001.

8.Vetitnev A. M., Kuskov A. S. Leçebnıy turizm, Moskva: «Forum», 2010.

İnkişaf prosesi və layihə menecmenti

İzahat vərəqi

Layihələrin peşəkarlıqla idarə edilməsi və uğurla başa çatması onun rəhbərlərinin və menecerlərinin kompetensiyalı olmasından çox asılıdır. Layihələrin idarə edilməsi sahəsində isə peşəkar olmaq üçün bu sahədə dərin biliklərə, bacarığa, təcrübəyə və vərdişlərə malik olmaq lazımdır ki, bu səbəbdən də bu fənnin gənclərə, gələcək mütəxəssislərə tədrisi zəruridir. İnkişaf prosesi və layihələrin idarə olunması fənninin məqsədi tələbələrə layihənin idarə olunmasının saysız-hesabsız vasitələri ilə yükləməkdən ibarət deyildir. Biz layihənin idarə olunmasının ümumi prinsiplərinə əsaslanan modelin tətbiqi yoluyla kursun tədrisini həyata keçirəcəyik. Bu fənnin müzakirələri imkan verəcək ki, biz gələcəkdə layihələr yaradılması vasitələrini öyrənək və onların optimal idarə olunma prinsipləri ilə tanış olunacağıdır. Fənnin tədrisinin yekununda tələbələr layihəni planlaşdırmağı, onu həyata keçirmək üçün komandanı təşkil etməyi, layihənin müxtəlif cari

aspektlərini idarə etməyi, mümkün riskləri dəyərləndirməyi, vaxta görə bölünməyə riayət etməyi və layihəni uğurla başa vurmaq bacarığını əldə edəcəklər.

İnkişaf prosesi və layihə menecmenti fənninin predmeti konkret vaxt ərzində resurslardan səmərəli istifadə etməklə layihələrin optimallığının təmin edilməsidir. O cümlədən layihənin əhatə dairəsi, layihə iştirakçıları və təşkilatçıları, layihənin planlaşdırılması, layihədə vaxtın müəyyən edilib idarə edilməsi, layihə çərçivəsində ortaya çıxan bilən risklərin müəyyən edilməsi və idarəedilməsi, büdcənin tərtibatının müəyyən edilməsi, büdcə xərclərinin düzgün istiqamətləndirilməsi və s. kimi məsələlər də bu fənnin predmetini təşkil edir.

Fənnin tədrisi 45 saat (30 s. müh., 15 s. məş.) həcmində planlaşdırılmışdır.

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| № | Mövzular | müh | məş. | cəmi |
|----------|--|------------|-------------|-------------|
| 1 | İnkişaf prosesi və Layihə menecmentinin konsepsiyası | 2 | - | 4 |
| 2 | Layihə menecmentinin əsasları | 2 | - | 4 |
| 3 | Layihə konsepsiyasının hazırlanması | 2 | 2 | 4 |
| 4 | Layihənin ilkin (investisiyadan qabaq) fazası | 2 | - | 2 |
| 5 | Layihələrin hazırlanması | 2 | 2 | 4 |
| 6 | İnvestisiya layihələrinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi | 2 | - | 4 |
| 7 | Layihənin planlaşdırılması | 2 | 2 | 4 |
| 8 | Layihənin dəyərinin idarəedilməsi | 2 | - | 4 |
| 9 | Layihənin monitorinqi və yekunlaşdırılması | 2 | 2 | 4 |
| 10 | Layihə üzrə işlərin idarəedilməsi | 2 | - | 4 |
| 11 | 11. İnkişaf prosesi və layihə keyfiyyətinin menecmenti | 4 | 2 | 8 |
| 12 | Layihə resurslarının idarəedilməsi | 2 | - | 4 |
| 13 | Layihə komandasının idarəedilməsi | 2 | 2 | 4 |
| 14 | Risklərin idarəedilməsi | | 2 | |
| 15 | Layihə kommunikasiyalarının idarəedilməsi | | 1 | |
| | Cəmi | 30 | 15 | 45 |

Mövzular və onların məzmunu

1. İnkişaf prosesi və Layihə menecmentinin konsepsiyası

Layihə və layihə menecmenti. Layihə menecmentinin aktuallığı. Layihələrin və investisiyaların idarədilməsinin qarşılıqlı əlaqəsi. Layihə menecmentinin və funksional menecmentin qarşılıqlı əlaqəsi. İdarəetmə metodlarının inkişafının zəminləri. Layihə menecmentinin inkişafı perspektivləri. Layihə menecmentinə keçid.

2. Layihə menecmentinin əsasları

Layihə menecmentinin əsas anlayışlarının təsnifatı. Layihələrin təsnifatı. Layihənin məqsədi və strategiyası. Layihənin nəticəsi. Layihənin idarə olunan parametrləri. Layihə mühiti. Layihənin həyat dövrü. Layihənin strukturlaşdırılması. Layihə menecmentinin funksiya və altsistemləri. Layihə menecmentinin metodları. Layihə menecmentinin təşkilati strukturu. Layihə iştirakçıları.

3. Layihə konsepsiyasının hazırlanması

Layihənin investisiya ideyasının formalaşdırılması. Layihənin məqsəd və vəzifələrinin ilkin işlənməsi.

Layihənin həyata keçirilməsi mümkünlüyünün ilkin təhlili.

4.Layihənin ilkin (investisiyadan qabaq) fazası

İnvestisiyadan qabaq tədqiqatlar. Layihə təhlili. Layihənin həyat və maliyyə qabiliyyətliliyinin qiymətləndirilməsi. Layihənin (tikintinin) texniki-iqtisadi əsaslandırılması. Biznes-plan.

5.Layihələrin hazırlanması

Layihə menecmentinin təşkilati strukturu. Layihə ofisinin təşkili. Layihənin maliyyələşdirilməsi. Layihənin marketinqi. Layihə sənədləşməsinin hazırlanması. Layihənin ekspertizası. Satınalmalar və müqavilələr.

6.İnvestisiya layihələrinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi

İnvestisiya layihələrinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinin əsas prinsipləri. Layihənin səmərəliliyinin hesablanması üçün ilkin verilənlər. Layihə səmərəliliyinin əsas göstəriciləri. İnvestisiya layihələrinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi.

Layihələrin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsində risklərin və qeyri-müəyyənliklərin təsiri

7.Layihənin planlaşdırılması

Əsas anlayışlar. Planlaşdırma prosesləri. Planlaşdırmanın səviyyələri. İş bölgüsünün strukturu. Məsul şəxslərin təyin olunması. Əsas istiqamətlərin müəyyən olunması. Planlaşdırmanın tipik səhfləri və onların nəticələri. Detallı planlaşdırma. Şəbəkə planlaşdırması. Smeta və təqvim planlaşdırmasının əlaqəsi. Resursların planlaşdırması. Layihə planının sənədləşdirilməsi.

8.Layihənin dəyərinin idarəedilməsi

Layihənin dəyərinin idarəedilməsinin əsas prinsipləri. Layihənin dəyərinin qiymətləndirilməsi. Layihə büdcəsi. Layihə dəyərini nəzarət metodları. Xərclər üzrə hesabatlılıq.

9.Layihənin monitorinqi və yekunlaşdırılması

Layihə monitorinqinin məqsədi və məzmunu. Layihə üzrə işlərin monitorinqi. Nailiyyətlərin qiymətləndirilməsi və nəticələrin təhlili. Qərarların qəbul edilməsi. Dəyişikliklərin idarəedilməsi.

İstismar üçün obyektlərin qəbulu. Layihənin bağlanması və layihədən çıxış.

10.Layihə üzrə işlərin idarəedilməsi

Əsas anlayışlar. Layihənin məqsədi, vəzifələri və məzmunu. İşlərin həcmnin, müddətlərinin və dəyərinin qarşılıqlı əlaqəsi. İşlərin məzmununun idarəedilməsi metodları. İşlərin strukturu və həcmi. Vaxtın səmərəli idarəedilməsi prinsipləri. Vaxt itkiləri amillərinin tərkibi və təhlili. Əmək məhsuldarlığına nəzarət formaları.

11.İnkişaf prosesi və layihə keyfiyyətinin menecmenti

Keyfiyyətin idarəedilməsinin müasir konsepsiyası. Layihə keyfiyyətinin menecmenti. Keyfiyyətin menecmentinin standartlaşdırılmış sistemləri. Keyfiyyətin menecmenti sisteminin fəaliyyətinin və təkmilləşdirilməsinin təmin olunması. Layihə məhsulunun sertifikatlaşdırılması

12.Layihə resurslarının idarəedilməsi

Layihə resurslarının idarəedilməsi prosesləri. Layihə resurslarının planlaşdırılmasının əsas prinsipləri. Resursların satınalmalarının idarəedilməsi.

Satışların idarəedilməsi. Ehtiyatların idarəedilməsi.
Maddi-texniki təminatın idarəedilməsində logistika.

13.Layihə komandasının idarəedilməsi

Komandanın formalaşdırılması və inkişafı.
Komandanın səmərəli fəaliyyətinin təşkili. Komanda personalının idarəedilməsi. Personalın idarəedilməsinin psixoloji aspektləri

14.Risqlərin idarəedilməsi

Əsas anlayışlar – risk və qeyri müəyyənlik, risklərin idarəedilməsi. Layihə risklərinin təhlilini mahiyyəti, keyfiyyət və kəmiyyət təhlili. Risklərin azaldılması metodları. Risklərin idarəedilməsi üzrə işlərin təşkili.

15.Layihə kommunikasiyalarının idarəedilməsi

Əsas müddəalar. Layihə kommunikasiyalarının idarəedilməsi. Layihələrin idarəedilməsinin informasiya texnologiyaları. Qərarların qəbul edilməsinin dəstəklənməsinin inteqral informasiya sistemləri. Layihələrin idarəedilməsi üçün proqram təminatının müqayisəli təhlili. Proqram təminatının təhlilinin meyarları. Layihə

idarəedilməsinin informasiya sistemlərinin tətbiqi xüsusiyyətləri.

Ədəbiyyat:

1. Litke X.D. "Upravlenie proektami ." İzdatelğ: Omega-L. 2007
2. Babayev İ. "Layihənin idarə olunması." Bakı 2006
3. Q.L.Üipes , A.S.Tovb "Menedjment proektami v praktike sovremennoy kompanii. " İzdatelğ: Olimp-Biznes. 2006
4. Troükiy M. "Upravlenie proektami." İzdatelğ: Finansı i statistika. 2006
5. Dennis Lock. "The Essentials of Project Management". 2004
6. Ditzelm Q. "Upravlenie proektami."SPb. İzdatelğskiy dom Biznes-prensa. 2004
7. Qrey K.F., Larson G.U. "Upravlenie proektami". Moskva, Delo i Servis, 2003.

Turizm sahəsində sahibkarlıq

İzahat vərəqi

İqtisadi baxımından turizmin əhəmiyyəti əlavə gəlir mənbəyi olmaq, məşğulluğun təmin olunmasına imkan yaratmaq, dünyada öz turməhsulları ilə tanınmaq, ölkənin beynəlxalq aləmə inteqrasiyasını sürətləndirməkdir.

Geniş fəaliyyət sahəsinə malik olan turizm sektoru iqtisadiyyat və onun aparıcı sahələrindən biri olan sahibkarlıqla sıx bağlıdır. Məhz bu baxımdan turizmdə sahibkarlıq subyektləri, onların fəaliyyəti, bu sahədə yaranan problemləri araşdırılmaq bacarığına malik olmaq turizm və otelçilik ixtisasına yiyələnən magistrantlar üçün önəm kəsb edir. Bu

prizmadan yanaşdıqda “Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyəti” fənninin tədrisi zəruri hesab edilmişdir. Fənnin tədrisi 60 saat (30 s. müh., 30 s. məş.) həcmində planlaşdırılmışdır.

Tədris prosesində magistrantlara turizmdə sahibkarlıqlıq fəaliyyətinin nəzəri əsasları, forma və növləri, turizm şirkətlərinin sahibkarlıq fəaliyyəti, Azərbaycanda turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin müasir vəziyyəti və s. aşılır.

Mövzular üzrə saatlarının

bölgüsü

| № | Mövzular | müh | məş. | cəmi |
|----------|---|------------|-------------|-------------|
| 1 | Fənnin predmeti, məqsəd və vəzifələri | 2 | 2 | 4 |
| 2 | Sahibkarlıq fəaliyyətini reallaşdıran mühit | 2 | 2 | 4 |
| 3 | Sahibkarlıq fəaliyyətinin forma və növləri | 2 | 2 | 4 |
| 4 | Turizm sənayesində sahibkarlıq subyektləri | 4 | 4 | 8 |
| 5 | Turizm şirkətlərinin bazarda marketing fəaliyyəti | 2 | 2 | 4 |
| 6 | Turizm şirkətlərinin sahibkarlıq fəaliyyəti zamanı qarşılaşdıqları problemlər | 2 | 2 | 4 |
| 7 | Turizmdə regional sahibkarlığın xüsusiyyətləri | 2 | 2 | 4 |

| | | | | |
|----|---|----|----|-----------|
| | siyyətləri və təşkili mexanizmləri. | | | |
| 8 | Azərbaycanda turizm biznesinin formalaşmasında sahibkarlıq fəaliyyətinin rolu | 2 | 2 | 4 |
| 9 | Azərbaycanın turizm sektorunda sahibkarlığının qanunvericilik bazası. | 2 | 2 | 4 |
| 10 | Azərbaycanın turizm sektorunda kiçik sahibkarlığın inkişaf istiqamətləri | 2 | 2 | 4 |
| 11 | Azərbaycanda turizm şirkətlərinin inkişafı və turizm sahibkarlığının istiqamətləri. | 4 | 4 | 8 |
| 12 | Azərbaycanda turizm şirkətlərinin inkişaf dinamikası | 2 | 2 | 4 |
| 13 | Azərbaycanın turizm şirkətlərində sahibkarlıq fəaliyyətinin prioritet istiqamətləri | 2 | 2 | 4 |
| | Cəmi | 30 | 30 | 60 |

Mövzular və onların məzmunu

1. Fənnin predmeti, məqsəd və vəzifələri.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin mahiyyəti və məzmunu.

Sahibkarlığın 2 modeli: klassik sahibkarlıq, innovasiya sahibkarlığı.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin yaranması və bu sahədə aparılan tədqiqatlar. “Sahibkar” və “sahibkarlıq” anlayışları. Xarici ölkə və Azərbaycan alim və mütəxəssislərinin bu sahədə tədqiqatları.

2.Sahibkarlıq fəaliyyətini reallaşdıran mühit. Sahibkarlıq mühitinin elementləri. Sahibkarlıq fəaliyyətinin reallaşdırılması şərtləri: iqtisadi, sosial, hüquqi şərtlər. İqtisadi nəzəriyyəyə görə sahibkar tərəfindən yerinə yetirilən funksiyalar. Sahibkarın yenilikçi, risk və digər funksiyaları. Sahibkarlıq risklərinin formaları: istehsal, kommersiya, maliyyə, investisiya, bazar .

3 Sahibkarlıq fəaliyyətinin forma və növləri.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin müxtəlif qruplara görə təsnifatı. Fəaliyyət növünə, mülkiyyətin formasına, mülkiyyətçilərin sayına, təşkilati-hüquqi formasına, təşkilatı-iqtisadi formasına görə təsnifat. Sahibkarlıq fəaliyyətinin geniş təsnifat sxemi.

4.Turizm sənayesində sahibkarlıq subyektləri.

Turizmdə sahibkarlıq subyektləri: sahibkar, istehlakçı, işçi qüvvəsi, biznes tərəfdaşları, dövlət. Turizm sektorunda sahibkarlıq fəaliyyətinin investisiya mənbələri: daxili və xarici. Turizm sənayesində sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan

müəssisələr: turizm şirkətləri, yerləşdirmə müəssisələri, nəqliyyat müəssisələri. Turizm şirkətlərinin tərkibinə daxil olan subyektlər.

Fəaliyyət növünə görə turizm şirkətləri: autqoinq fəaliyyəti ilə məşğul olan turizm şirkətləri, inkamingq fəaliyyəti ilə məşğul olan turizm şirkətləri, insayd fəaliyyəti ilə məşğul olan turizm şirkətləri. Bunların fəaliyyətinin müsbət və zəif tərəfləri. Monoprofilli turizm şirkətləri. Çoxprofilli turizm şirkətləri.

5. Turizm şirkətlərinin bazarda marketinq fəaliyyəti. Turizm şirkətlərinin marketinq fəaliyyəti üçün həyata keçirdikləri tədbirlər.

Bazar imkanlarının təhlili. Məqsədyönlü bazanın təyin olunması. Məqsədyönlü bazarını təyin edilməsinə təsir edən amillər: turizm şirkətinin resurs imkanları, turizm məhsulunun rəngarənglilik dərəcəsi, bazarın sadəlik dərəcəsi, rəqiblərin marketinq strategiyası. Bazarda tələbin müəyyən olunması. Müəyyənləşdirilən tələbə uyğun turizm məhsulunun hazırlanması. Turizm məhsulunun hərəkətə gətirilməsi. Marketinq mühiti: daxili və xarici mühit.

6. Turizm şirkətlərinin sahibkarlıq fəaliyyəti zamanı qarşılaşdıqları problemlər.

Turizm şirkətlərinin autqoinq fəaliyyəti zamanı yaranan problemlər. Turizm şirkətlərinin inkaminq fəaliyyəti zamanı yaranan problemlər.

7. Turizmdə regional sahibkarlığın xüsusiyyətləri və təşkili mexanizmləri.

Regional sahibkarlığın xüsusiyyətləri. Regional sahibkarlığın maliyyə, maddi və təşkilatı stimullaşdırma mexanizmləri. Turizmdə sahibkarlığın prioritet istiqamətləri və təşkili yolları.

8. Azərbaycanda turizm biznesinin formalaşmasında sahibkarlıq fəaliyyətinin rolu

Sahibkarlığın ərazi və sahə strukturunun formalaşması. Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin stimullaşdırılması. Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin sosial xarakteri. Azərbaycanda turizm sahibkarlığı fəaliyyətində mövsümlilik və s. problemlər.

9. Azərbaycanın turizm sektorunda sahibkarlığının qanunvericilik bazası.

Turizm fəaliyyətinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsində məqsəd. Azərbaycan

Respublikasının Turizm haqqında qanunu və onun Azərbaycanla turizm fəaliyyətində əhəmiyyəti. “Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Azərbaycan Respublikasında dövlətin sahibkarlıq fəaliyyətini tənzimləmə yolları. “İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında” qanunu və onun turizm sahibkarlığında əhəmiyyəti.

10. Azərbaycanın turizm sektorunda kiçik sahibkarlığın inkişaf istiqamətləri

Kiçik sahibkarlığın turizmdə əhəmiyyəti. Azərbaycanda kiçik sahibkarlığın müasir vəziyyəti və xüsusiyyətlərinin təhlili. Kiçik sahibkarlığa dövlətin dəstəyi. Kiçik sahibkarlığa dövlət dəstəyinin səmərəliliyi.

Turizm biznesində kiçik sahibkarlığın dövlət tərəfindən tənzimlənməsi və dəstəyinin istiqamətləri.

11. Azərbaycanda turizm şirkətlərinin inkişafı və turizm sahibkarlığının istiqamətləri.

Azərbaycanda turizm şirkətlərinin inkişafında mərhələlər. Azərbaycanda turizm sahibkarlığının prioritet istiqamətləri. Azərbaycanda turizm

şirkətlərinin sahibkarlıq fəaliyyətinin SWOT təhlili: Azərbaycanda turizm şirkətlərində sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafının güclü və zəif tərəfləri. Azərbaycanda turizm şirkətlərinin sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı üçün imkanlar. Azərbaycanda turizm şirkətlərinin sahibkarlıq fəaliyyətinə inkişafı üçün təhlükələr.

12. Azərbaycanda turizm şirkətlərinin inkişaf dinamikası

Azərbaycanda turizm şirkətlərinin inkişafında mərhələlər onların səciyyəsi. Turizm şirkətlərinin kommersiya fəaliyyəti. Turizm şirkətlərinin formalaşması. Turizm şirkətlərinin rəqabət imkanlarının artması. Turizm şirkətlərinin coğrafiyasında regional fərqlər. Turizm şirkətlərinin gəlirləri.

13. Azərbaycanın turizm şirkətlərində sahibkarlıq fəaliyyətinin prioritet istiqamətləri

Azərbaycanda turizm şirkətlərinin sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı modeli. Azərbaycanda turizm şirkətlərinin sahibkarlıq fəaliyyətinin SWOT-a görə təhlili.

Ədəbiyyat

Əsas:

1. Abbasov F.H. və b. Sahibkarlıq fəaliyyətinin əsasları. Bakı, 1996
2. Abbasov A.B. Sahibkarlıq fəaliyyətinin növləri, təşəkkülü və inkişaf problemləri. Bakı, 1998
3. Əlirzayev Ə.Q. Turizmin iqtisadiyyatı və idarəedilməsi. Bakı İqtisad Universiteti, 2011
4. Qafarov N.C. Turizmin iqtisadiyyatı. “Kooperasiya”, 2012
5. Qurbanov P.Ə., Hüseynova Ş.H. Turizmin iqtisadiyyatı. Bakı, 2010.
6. Bilalov B.Ə. Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Bakı, “Mütərcim”, 2006
7. A.P. Duroviç A.P. Orqanizaüiə turizma. Minsk: ”Novoe znanie”, 2005
8. Morozov M.A. «Gkonomika i predprinimatelǵstvo v soüialǵno-kulǵturnom servise i turizme. M.:2005.

Əlavə:

1. Azərbaycan Respublikasının Turizm haqqında qanunu, 1999 – cu il.
2. Azərbaycan Respublikasının Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında qanunu, 1992-ci il.

3. Azərbaycan Respublikasının İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında qanunu, 1995-ci il.

4. Dərgahov V.S. Azərbaycanda turizm şirkətlərinin fəaliyyəti: imkanlar və perspektivlər. AMEA. Gənc alim, aspirant və magistrələr cəmiyyəti. Gənc alimlərin əsərləri №2, 2013

5. Məmmədov C.A., Rəhimov S.H. Turizm və onunla əlaqəli sahələrdə işlədilən termin və anlayışların izahlı lüğəti. Bakı, "Qanun", 2000

Turizmdə personal idarəedilməsi

“Turizmdə personal idarə edilməsi” fənni II kurs “Otelçilik” ixtisasında təhsil alan magistrlara üçün nəzərdə tutulmuşdur. Fənnin tədrisində əsas məqsəd magistrlara turizmdə personal idarə edilməsinin istiqamətləri və menecmentin öyrətməkdən ibarətdir. Burada personal idarə etmənin mahiyyəti, turizmdə əmək resursları, onlardan istifadə, kadr siyasəti, personal menecmenti, turizmdə əməyin ödənilməsinin formaları, idarə etmənin iqtisadi, psixoloji əsasları qeyd olunan ixtisasda təhsil alan magistrlara öyrədilir.

Fənnin mənimsənilməsi nəticəsində magistrlar bilməlidir:

-turizm müəssisələrində personala qoyulan tələblər;

-turizm sənayesində kadrlar departamentinin vəzifələri;

-personalın etik qaydaları və davranış xüsusiyyətləri;

-personalın karyerası və təhsilinin davamlığı;

-personalın yerləşdirilməsi və səlahiyyət bölgüsü;

Bacarmalıdır:

-Personalın secilməsi və motivizasiyası;

-Personalın idarəedilməsi;

-Personal üzrə mastr treyniqlərin təşkili;

-Personalın əməyinin qiymətləndirilməsi.

Yiyələnməlidir:

- personalın seçilməsi və yerləşdirilməsi;

-personalın inkişafının təmin olunması

yolların;

-turizm müəssisələrinin kateqoriyasına uyğun olaraq personalın seçilməsi.

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| | Mövzuların adı | Cəmi | Müh. | Sem. |
|---|---|-------------|-------------|-------------|
| 1 | Fənnin predmeti məqsədi və vəzifələri | 2 | 2 | |
| 2 | Turizmdə personalın idarə edilməsinin mahiyyəti və funksiyaları | 4 | 2 | 2 |
| 3 | Turizmdə əmək resursları və onun tərkibi | 6 | 4 | 2 |
| 4 | Turizmdə kadr siyasətinin mahiyyəti | 6 | 4 | 2 |

| | | | | |
|----|---|-----------|-----------|-----------|
| 5 | Turizmdə personal menecmenti | 6 | 4 | 2 |
| 6 | Turizmdə əməyin ödənilməsinin formaları | 4 | 2 | 2 |
| 7 | Personalə istiqamətlənən təlimlərin keçirilməsi | 6 | 4 | 2 |
| 8 | Personalın vəzifə bölgüsünün aparılması | 2 | 2 | |
| 9 | Personalın idarə edilməsinin iqtisadi əsasları | 4 | 2 | 2 |
| 10 | Personalın idarə edilməsinin psixoloji aspektləri | 2 | 2 | |
| 11 | Personalın inkişaf dinamikasının təmin olunması | 3 | 2 | 1 |
| | Cəmi | 45 | 30 | 15 |

Mövzular və onların məzmunu

1.Fənnin predmeti məqsədi və vəzifələri

Fənnin öyrəndiyi əsas sahələr. Personal anlayışı və idarə edilməsi. Turizmdə insan resurslarının idarə edilməsinin istiqamətləri. Turizm sənayesində insan resurslarından istifadə olunmasının əhəmiyyəti.

[2], [4], [5], [6], [13],

2.Turizmdə personalın idarə edilməsinin mahiyyəti və funksiyaları

Turizmdə personal idarə edilməsinin mahiyyəti. İdarə etmə istiqamətləri. Personaldan tələb olunan xidmət mədəniyyəti. Uniformada olmaq. Müştərilərlə

münasibətin qurulması. İqtisadi, sosial, psixoloji baxımdan işçilərin secilməsi.

[1], [4], [5], [7], [9], [12]

3.Turizmdə əmək resursları və onun tərkibi

Turizmdə insan resursları. Turizmdə əmək ehtiyatlarından istifadənin xüsusiyyəti. əmək resurslarının bölgüsü. Turizm üzrə sahibkarlıq subyektlərində əmək resurslarından istifadə. Əmək resurslarından istifadənin səmərəlilik göstəriciləri. Turizmdə əsas və əlavə işçi qüvvəsi. Turizmdə kadr siyasəti. Kadrların seçilməsində üstünlük verilən amillər.

[1], [3], [5], [6], [9], [10]

4.Turizmdə kadr siyasətinin mahiyyəti

İşçi qəbulu (rekrutment). Yuxarı idarə etmə strukturlarına personal seçimi. Turizmdə karyera palanlaşdırma sistemi. İşçilərin qiymətləndirilməsi. işdən azad etmə (autpleysment) və ya yerdəyişmə. Daxili autpleysmentin məzmunu. Turizm bazarında kadrların seçilməsi (rekrutinq) və bu sahədə biznes fəaliyyəti.

[2], [3], [5], [7], [8],

5. Turizmdə personal menecmenti

Personal üzrə menecerə qoyulan tələblər. Peşəkar işçilərin axtarılması. Kard ehtiyacının müəyyənləşdirilməsi. Müəssisə daxilində karyeranın inkişafının planlaşdırılması. Personalın qiymətləndirilməsi və düzgün secim. İşçi heyətinin qiymətləndirilməsi və attestasiyası. İdarə etmədə peşəkarlığın artırılması.

[1], [3], [5], [7], [8], [11]

6. Turizmdə əməyin ödənilməsinin formaları

Turizmdə əməyin xarakteri, əmək bölgüsü və əmək fəaliyyəti. Turizm işçilərinin əməkhaqqı sistemi. Turizmdə əməyin planlaşdırılması və ödənilməsi. Turizmdə əməyin ödənilməsində dividend prinsipi.

[2], [4], [6], [8], [12]

7. Personalə istiqamətlənən təlimlərin keçirilməsi

Personal üzrə treniqlərin keçirilməsinin istiqamətləri. İşçi heyətinin inkişafı üzrə treniqlər. Personalın daxili və xarici treyninqində nəzərə alınan amillər. İdarə etmə üzrə biliklərin artırılmasına yönəldilən treyniqlər. Yeni işçilər üçün treyniq və

attestasiyaların keçirilməsi. Personalın lizinqi. Personalın təlimatlandırılması üzrə treyniqlər.

[3], [4], [5], [7], [13]

8. Personalın vəzifə bölgüsünün aparılması

Personalın vəzifə bölgüsünün aparılmasının istiqamətləri. Vəzifə bölgüsünə görə kadrların idarə edilməsi. Tapşırıqlar üzrə kadrların seçilməsində nəzərə alınan amillər. Ayrı-ayrı komanda işinin üstünlüyü. Tapşırıqların həllinə görə iqtisadi stimullaşdırma.

[2], [3], [6], [8], [12]

9. Personalın idarə edilməsinin iqtisadi əsasları

İqtisadi idarəetmə metodları. Personalın stimullaşdırılması. Stimullaşdırmanın istiqamətləri. İşinə və qabiliyyətinə görə qiymətləndirmə. İşçilərin dinamik inkişafının təmin olunması. Personalə yönələn mükafatlar və maliyyə dəstəkləri.

[2], [4], [6], [7], [10]

10. Personalın idarə edilməsinin psixoloji aspektləri

İdarə etmənin psixoloji əsasları. Personalın psixoloji durumunun idarəetmədə nəzərə alınması. Personalın idarə edilməsində psixoloji metodlardan istifadə edilməsi. İşə qəbul olunan işçilərin psixoloji durumunun yoxlanılması.

[1], [4], [6], [7], [10]

11. Personalın inkişaf dinamikasının təmin olunması

Personalın faydalı iş əmsalının qiymətləndirilməsi. Personalın inkişafının təmin olunmasının istiqamətləri. hotel daxili inkişaf dinamikası. Hotellərdə şöbələrə uyğun personalın inkişafının təmin olunması. Personalın müsabiqə və ya iş təcrübəsi əsasında inkişafının təmin olunması. Personalı yönəlik müxtəlif kursların təşkili ilə inkişafın təmin olunması.

[1], [4], [8], [10], [12]

Ədəbiyyat

Əsas:

1. Turizm haqqında qanun. Bakı 1999
2. Turizm sahəsində normativ hüquqi sənədlər. Bakı-2002

3. Ağakərimov M.M. Mehmanxanada ön büro xidmətləri. Bakı “Aypara nəşriyyatı” 2013.

4. Ağakərimov M.M. Otel. Bakı “R.N.Novruz” Bakı 2008.

5. Soltanova H.B, Hüseynova Ş.H. Turizmin Əsasları. Bakı: “Mütərcim”, 2007

6. Soltanova H.B., Ağakərimov M.M., Bahazadə S.İ. Mehmanxana təsərrüfatı. Bakı: «Parni iz Baku», 2005

7. Soltanova H.B., Zeynalov C.V. Otelçilik fəaliyyətinin əsasları. Bakı. “AzTU mətbəəsi” 2013.

Əlavə:

8. Bovikin V. İ. Noviy menedjment: upravlenie predpriatiem na urovne vısshix standartov; teoriya i praktika gffektivnoqo upravleniya. – M.: Gkonomika, 2002.

9. Quləev V.Q. Orqanizaüia turistiçeskoj deätelğnosti. - M.: İnfra-M, 2003.

10. Kabuşkin N.İ. Menedjment turizma: Uçeb. posob.- M. : BQGU, 2002.

11. Osnovı upravleniya personalom: Uçebnik dlə vuzov / pod red. B.M. Qenkina. – M.: Vıssaə şkola, 2003.

12.Şekşnə S.V. Upravlenie personalom sovremennoy orqanizaüii. – M.: «Biznes-şkola «İntel-sintez», 2003.

13.Ahmet Aktaş. Turizm işletmeciliyi ve yönetimi. Ankara: Detay 2002

Turizm müəssisələrində ictimaiyyətlə əlaqələr

İzahat vərəqi

İctimaiyyətlə əlaqələrin (PR-ın) əsas məqsədi təşkilatla ictimaiyyət arasında «qarşılıqlı anlaşma və xoş münasibətlərin» yaradılması və saxlanmasıdır. PR-həqiqət və tam məlumatlandırmaya əsaslanan qarşılıqlı anlaşma vasitəsilə ahəngliyə nail olma elmi və sənətidir.

Bunları nəzərə alaraq magistratura pilləsinin I kursunun 2-ci semestrində «Turizm müəssisələrində ictimaiyyətlə əlaqələr» fənninin tədrisini məqsədəuyğun hesab etmişik.

Mövzular üzrə saatların paylanması

| № | Mövzular | müh | məş. | cəmi |
|----------|--|------------|-------------|-------------|
| 1 | Turizm müəssisələrində ictimaiyyətlə əlaqələr konsepsiyasının əsasları | 2 | 2 | 4 |
| 2 | PR-in tarixi | 2 | 2 | 4 |
| 3 | İctimaiyyətlə əlaqələr işinin məqsəd və prinsipləri | 2 | 2 | 4 |
| 4 | PR-da fəaliyyət növləri: təşviqat, | 2 | 2 | 4 |

| | | | | |
|---|---|-----------|-----------|-----------|
| | advocacy, lobbicilik və marketing | | | |
| 5 | PR strukturunun formalaşması və hədəf auditoriyası | 2 | 2 | 4 |
| 6 | PR mütəxəssisinin iş prinsipləri və funksiyaları | 2 | 2 | 4 |
| 7 | KİV-də PR | 2 | 2 | 4 |
| 8 | PR və böhranlı vəziyyət. Böhrandan çıxış metodikası | 1 | 1 | 2 |
| | Cəmi: | 15 | 15 | 30 |

Mövzular və onların məzmunu

1.Turizm müəssisələrində ictimaiyyətlə əlaqələr PR konsepsiyasının əsasları.

İctimaiyyətlə əlaqələr (PR) idarəetmənin əsas elementi kimi. PR sözünün əsas mənası. PR – fənnlərarası elm kimi. Fənnin üstün və çatışmayan cəhətləri. PR termininin gündəlik həyatımızda yetərincə işlənməsi və bu öz birləşməsinin mahiyyəti barədə xəbər. İngilis PR-meni Sem Blekə görə PR tərfi. Blekə görə ictimaiyyətlə əlaqələrin qurulmasının əsas prinsipləri.

Rusiyalı müəllifin A.B.Zverintsevin «Kommunikativ menecment» terminini işlətmək. PR-in xüsusiyyətləri.

2.PR-in tarixi.

Qədim zamanlarda ilk PR yaradılması. Frenk Cefkinsin müqəddəs kitablarda PR elementlərinin işlədilməsi. XX əsrdə İngiltərədə əsl mənada PR-in yaranması. PR-in ABŞ-da Tomas Cefferson tərəfindən işlədilməsi. PR və siyasi fəaliyyət. XIX – XX əsrlərdə ABŞ-da PR-in inkişafı. Con Rokfellerin, Edvard El Berneyzinin PR konsepsiyasına baxışları. I və II dünya müharibələri dövründə PR-in müxtəlif vasitələrindən KİV-dən, plakatlardan, digər informasiya daşıyıcılarından geniş istifadə olunması, xüsusən keçmiş SSRİ məkanında.

II Dünya müharibəsindən sonra ABŞ-da və Avropa ölkələrində PR-in inkişafı. 1955-ci ildə PR üzrə Beynəlxalq Assosiasianın (İPRA) yaradılması. Yeni məktəblərin və PR birliklərin formalaşması və peşə davranışı kodeksinin hazırlanması.

3. İctimaiyyətlə əlaqələr işinin məqsəd və prinsipləri.

İctimaiyyətlə əlaqələr fəaliyyəti istiqamətində 5 əsas prinsip. İctimai əlaqələrin vətəndaş cəmiyyətində yeri və funksiyaları. PR fəaliyyət prinsipləri. PR konsepsiyasında dəyərlər, tələbatlar, maraqlar, hərəkət, fikir.

Araşdırma. hərəkət, ünsiyyət və qiymətləndirmənin açıqlanması. Piter Qrin və Frenk Cefkinsə görə PR kompaniya elementləri.

4.PR-də fəaliyyət növləri: təşviqat, advocacy, lobbiçilik və marketinq.

PR və təşviqat.İctimaiyyətlə əlaqələrdə reklam. PR və reklamın oxşar və fərqli cəhətləri. PR və lobbiçilik məzmununa görə, yaxın fəaliyyət növlərindən biridir. Lobbiçiliyin yaranma tarixi. «Lobbi» terminin mahiyyəti. «Advocacy» termininin mənası. PR və marketinq. Filipp Kotlerin PR marketinqinə aid fikirləri. PR fəaliyyətinin xüsusi istiqaməti kimi MPR (marketinq public relations).

PR-in növləri: kommersiya və siyasi PR.

PR-in növləri: qara, sarı, boz, ağ, özünüpiar, qəhvəyi və yaşıl piar.

İctimaiyyətlə əlaqələr işinin mərhələləri.

5. PR strukturunun formalaşması və hədəf auditoriyası.

Təşkilatın ictimaiyyətlə əlaqələr strukturlarını yaradarkən əsas mühüm məqamlar. PR bölmələri hansı vəzifələrdən ibarətdir. Frenk Cefkins PR şöbəsinin təşkilatının fikirləri. Hədəf auditoriyaları. PR strategiyasını müəyyənləşdirərkən «daxili» və «xarici» auditoriya anlayışları. Amerikanın PR mütəxəssisləri auditoriyanın müəyyənləşdirilməsi üçün əsas amillər. Auditoriyanın davranışı ilə bağlı PR-in əsas vəzifələri.

6. PR mütəxəssisinin iş prinsipləri və funksiyaları.

PR-menin əsas iş prinsipləri və vəzifələri. İmic sözünün mahiyyəti. İmicə təsir göstərən amillər. ABŞ-da bu sahənin inkişafı. PR auditoriyasının «daxili» və «xarici» olması. PR mütəxəssisi kimdir və kim ola bilər. Pablik Rileynz jurnalistika ilə bağlı olması.

Q.Poçepsov «Peşəkarlar üçün Pablik Rileynz» kitabında PR mütəxəssislərinin dörd əsas keyfiyyəti haqqında.

7.KİV-də PR. KİV-nin göstərdiyi reklam xidmətindən təşkilatların reklam şöbələri və reklam agentlikləri istifadə edilməsi.

KİV-in reklam qiymətlərinin formalaşması. Mətbuat əlaqələri düzgün qurmaq baxımından əsas şərtlər.

Mətbuat konfransları. Mətbuat konfranslarının təşkilində mərhələlər. Mətbuat klublarının fəaliyyəti. Çıxışlar və müsahibələr. Məqalələr. Radio və televiziya. Fotoşəkillər.

8. PR və böhranlı vəziyyət. Böhrandan çıxış metodikası.

Böhranlı vəziyyətlərin səbəbi. Böhran vəziyyətlərdə düzgün idarəçiliyin rolu. Böhrandan əvvəl, böhran anında və böhrandan sonra fəaliyyət. Sem Blekin PR nöqtəyi – nəzərindən böhran vəziyyətinin iki növü.

Amerikanın əksər PR mütəxəssisləri böhranın üç növünü qeyd edirlər. Otto Lerbingerin təsnifatında əsas meyarlar.

C.Uayt və L.Maruz böhran şəraitinin yaranmasının üç parametri.

Ədəbiyyat

Əsas:

1. Antipov K.V.Pablik rileyşnz. 2001
2. Sgm Blgk. Pablik rileyşnz. 2002
3. Bortnik E., G.Korotkov, Nikitaeva A.
Upravlenie svəzəmi s obhestvennostğö. 2002
4. İsmayılov R. İctimaiyyətlə əlaqələr. Bütün yollar KİV-dən keçir. 2001

Əlavə:

5. Boduan Jan-Pğər. Upravlenie imidjem kompanii. Pablik rileyşnz: predmet i masterstvo. 2001
6. Borisov B.. Texnoloqii reklamı i PR, 2002

IV. İXTİSASLAŞMA: BEYNƏLXALQ TURİZM VƏ

ÖLKƏŞÜNASLIQ

Beynəlxalq turizmin iqtisadiyyatı

İzahat vərəqi

Turizmlə bağlı ölkələrdə gedən prosesləri qiymətləndirmək və ölkələrin iqtisadiyyatında turizmin rolunu araşdırmaq müasir dövrdə mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Beynəlxalq miqyasda turizmin

inkışaf meyllərinin tədqiqi bu sektorun iqtisadiyyatını öyrənməyi tələb edir. Bu baxımdan “Turizm və otelçilik” ixtisasına yiyələnən magistrantlara “Beynəlxalq turizmin iqtisadiyyatı” fənninin tədrisi zəruri sayılmışdır.

Fənnin tədrisi prosesində magistrantlara turizmin iqtisadiyyatının nəzəri əsasları, beynəlxalq turizmin iqtisadi aspektləri. beynəlxalq turizmin statistikasının metodologiyası, beynəlxalq turizmdə turizm gəlirləri və çıxarların statistikasını, beynəlxalq turizmdə statistik qeydiyyatın təşkili və s. məsələlər haqqında bilgiler aşılır.

“Beynəlxalq turizmin iqtisadiyyatı” fənni turizm və otelçilik ixtisasına yiyələnən magistrantlara II kursda 45 saat həcmində (30 s. müh., 15 s. məş.) tədris edilir.

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| № | Mövzular | müh. | məş. | cəmi |
|----------|---|-------------|-------------|-------------|
| 1 | Turizmin iqtisadiyyatı elminin predmeti, məqsəd və vəzifələri | 2 | - | 2 |
| 2 | Turizmin iqtisadiyyatının nəzəri əsasları | 2 | 2 | 4 |
| 3 | Beynəlxalq turizmin iqtisadi | 2 | - | 2 |

| | | | | |
|----|---|-----------|-----------|-----------|
| | aspektləri | | | |
| 4 | Beynəlxalq turizmin iqtisadiyyatının əsasları | 2 | 2 | 4 |
| 5 | Turizmdə xərclər | 2 | - | 2 |
| 6 | Turizm məhsulunun yaranması və qiyməti | 2 | 2 | 4 |
| 7 | Turizm tələbinin proqnozlaşdırma metodu | 2 | 2 | 4 |
| 8 | Turizm tələbinin seqmentləşdirmə metodu | 2 | - | 2 |
| 9 | Turizmdə investisiya | 2 | 2 | 2 |
| 10 | Turizmdə gəlir əmsalı və onun hesablanması | 2 | - | 2 |
| 11 | Turizmdə təklif | 2 | 2 | 4 |
| 12 | Beynəlxalq turizmin statistikasının metodologiyası | 2 | - | 2 |
| 13 | Turist axımlarının statistikasısı | 2 | 2 | 4 |
| 14 | Beynəlxalq turizmdə turizm gəlirləri və çıxarların statistikasısı | 2 | - | 2 |
| 15 | Beynəlxalq turizmdə statistik qeydiyyatın təşkili | 2 | 1 | 3 |
| | Cəmi | 30 | 15 | 45 |

Mövzular və onların məzmunu

1. Turizmin iqtisadiyyatı elminin predmeti, məqsəd və vəzifələri

Fənnin öyrəndiyi obyekt. Turizmin iqtisadiyyatı tətbiqi elm kimi. Turizmin iqtisadiyyatı elminin predmetinin müəyyən edilməsində müxtəlif yanaşmalar. Fənnin əsas məqsədi. Turizmin iqtisadiyyatı fənninin əsas vəzifələri.

2. Turizmin iqtisadiyyatının nəzəri əsasları

Turizmin iqtisadiyyatı elmi istiqamət kimi. Turizm fəaliyyətinin sosial-iqtisadi mahiyyəti. Turizm fəaliyyətinin sosial-mədəni mahiyyəti, xüsusiyyətləri və əhəmiyyəti. Turizmin regionların sosial-mədəni inkişafına təsiri istiqamətləri.

3. Beynəlxalq turizmin iqtisadi aspektləri

Dünya turizminin regionlar üzrə qiymətləndirilməsi: 1950, 1970, 1990 və 2010-cu il. Müqayisəli təhlil. Beynəlxalq turizmin müasir vəziyyəti. Beynəlxalq turizmin inkişaf proqramları. Azərbaycanın beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyasında turizm layihələrinin əhəmiyyəti.

4. Beynəlxalq turizmin iqtisadiyyatının əsasları

Turizmin iqtisadiyyatının həll etdiyi problemlər. Turizm sənayesinin makroiqtisadiyyatında 4 əsas problem. Turizmin iqtisadiyyatının əsaslandığı

prinsiplər. iqtisadi sahə kimi turizmə təsir edən məhdudlaşdırıcı amillər.

5. Turizmdə xərclər

Turizm məhsulu istehsalı amilləri: əmək, torpaq, kapital, təşəbbüskarlıq. Turizm xərclərinin təsnifatı. Turizmdə xərclərin növlərinə görə qruplaşdırılması. Turizmdə xərclərin turməhsulun maya dəyərinə daxil edilməsi.

6. Turizm məhsulunun yaranması və qiyməti

Turizm məhsulunun yaranma mərhələləri. Turizm məhsulunun qiyməti. Turizm məhsulu və xidmət üsulları. Turizm məhsulunun rəqabət qabiliyyəti. Turizm məhsulu və gəlir. Turizm gəlirinin yaradılması. Turpaketin tərkibi. Turizm məhsulunun növləri.

7. Turizm tələbinin proqnozlaşdırma metodu

Turizm tələbinin mahiyyəti. Turizm tələbinə təsir edən amillər: daxili və xarici amillər. Turizm tələbinə təsir edən iqtisadi, siyasi, sosial, psixoloji amillər və onların səciyyəvi xüsusiyyətləri. Turizm tələbatında müasir meyillər. Turistin xalis xərclərinin

hesablanması. Turizm ixracı və idxalı. Turizm tələbinin coğrafiyası.

8. Turizm tələbinin seqmentləşdirmə metodu

Bazarın seqmentləşdirməsi. Seqmentləşdirmə əlamətləri. Sosial-iqtisadi, coğrafi və demoqrafik əlamətlər. Digər əlamətlər.

9. Turizmdə investisiya

İnvestisiya və turizmdə onun xüsusiyyətləri. Turizmdə investisiyanın formalaşması mənbələri. Turizm ektorunda investisiyanın əsas istiqamətləri. İnvestisiyanın səmərəliliyi. İnvestorların nəzərə aldığı amillər.

10. Turizmdə gəlir əmsalı və onun hesablanması

Səmərə əmsalı. Ölkə (region) iqtisadiyyatına turizmin birbaşa təsiri. Ölkə (region) iqtisadiyyatına turizmin dolaylı yolla təsiri. Birbaşa gəlir, dolaylı gəlir. Stimullaşdırıcı gəlir. Ölkə turizmindən gəlir əmsalının hesablanma qaydası.

11. Turizmdə təklif

Turizmdə təklif götürənləri. Turizm xidmətləri təklifinin dəyişməsinin turizm tələbinə təsiri.

12. Beynəlxalq turizmin statistikasının metodologiyası

Beynəlxalq turizmin statistikasının konsepsiyası. Beynəlxalq turizmdə statistikanın aparılması zəruriliyi. Turizm statistikasında tələbin təsnifatı.

13. Turist axınlarının statistikasısı. Turist axınları modeli, ona təsir edən amillər. Turist axınlarının hesablanması kateqoriyaları. Birinci, ikinci, üçüncü kateqoriyalar və onların mahiyyəti.

14. Beynəlxalq turizmdə turizm gəlirləri və çıxarların statistikasısı.

Beynəlxalq turizmdə turizm xərclərinin tərkibinin müəyyən edilməsi. Səfərə qədərki xərclər. Səfərə zamanı olan xərclər. Səfərdən sonrakı xərclər. Beynəlxalq turizmdə gəlirlərlərin hesablanması.

15. Beynəlxalq turizmdə statistik qeydiyyatın təşkili. Beynəlxalq turizmdə statistik qeydiyyatın aparılması metodları. Statistik müşahidələr. Sərhəddə qeydiyyat. Yerləşdirmə müəssisələrində qeydiyyat. Sorğu üzrə qeydiyyat. Sorğu üzrə qeydiyyatlara üstünlük verən ölkələr. Qeydiyyat metodlarında çatışmamazlıqlar.

Ədəbiyyat

Əsas:

- 1.Məmmədov C.A., Soltanova H.B., Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası . Bakı: “R.N. Novruz-94”, 2002.
- 2.Rəhimov S.H. 2.Beynəlxalq turizmdə işlədilən termin və anlayışların izahlı lüğəti. Bakı: “CBS”, 2011
- 3.Qafarlı N.C. Turizmin iqtisadiyyatı. Bakı: “Kooperasiya”, 2012,
- 4.Aleksandrova A.Ö. Mejdunarodniy turizm. M.: «ASPEKT-PRESS», 2001
- 5.Voskresenskiy V.Ö. Mejdunarodniy turizm. M.: «ÖNİTİ-DANA», 2011
- 6.Qluşko A.A., Sazıkin A.M. Qeoqrafia turizma. Vladivostok, 2002
- 7.Gkonomika i orqanizaüiə turizma: Mejdunarodniy turizm. Pod red. İ.A.Rəbovoy i dr. M.: KNORUS, 2005
- 8.Zdorov A.B. Gkonomika turizma. Uçebnik. 2007.
- 9.Boqolöbov V.S., Orlovskæ V.P.«Gkonomika turizma». Uçebnik. M.: 2005.
- 10.Qulæev V.Q. Turizm: gkonomika i soüialğnoe razvitie. Uçebnik. M.: 2003.

11.Senin V.S. Orqanizaüiə mejdunarodnoqo turizma. Uçebnik. 2005.

Əlavə:

1.Alp Timur, Hasan Olalı, Turizm Ekonomisi. Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir, 1988.

2.Bahar Ozan, Kozak Metin, Turizm Ekonomisi. Detay Yayıncılık, Ankara, 2006.

3.Orhan İçöz, Turizm Ekonomisi. Ankara, 2002.

4.Harvey J., Jowsey E. (New-York, 2007), Müasir Ekonomiks. Tərcümə edən: Abdullayeva Ə., Orucova P.. Kitab klubu nəşri. Bakı, 2008.

5.WALTHER, Ted.; Dünya Ekonomisi. Çeviren: ÇAĞLAR, Ünal; Alfa Yayınları, İstanbul, 2002.

Beynəlxalq məsləhət

İzahat vərəqi

“Beynəlxalq məsləhət” fənni II kurs “Beynəlxalq turizm” ixtisasında təhsil alan magistrilər üçün nəzərdə tutulub. Burada beynəlxalq konsaltinq xidmətlərinin ilkin şərtləri, müasir biznesdə yeri, sosial-mədəni, turizm sahəsində bu xidmətlərdən istifadə olunmasının, turizmdə idarə etmə, investisiya, marketinq fəaliyyətində konsaltinqin göstərilməsinin istiqamətlərin nəzəri baxımdan magiostrlara öyrətməkdən ibarətdir. Fənnin tədris planı 60 saatdan ibarət olmaqla, 30 saat mühazirə və 30 saat mşğələdən ibarətdir.

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| № | Mövzular | müh. | məş. | cəmi |
|----------|---|-------------|-------------|-------------|
| 1 | Fənnin predmeti məqsədi və vəzifələri | 2 | 2 | 4 |
| 2 | Beynəlxalq konsaltinq xidməti: ilkin şərtlər və müasir vəziyyət | 4 | 4 | 8 |
| 3 | İşgüzar xidmətlər bazarında | 2 | 2 | 4 |

| | | | | |
|----|---|-----------|-----------|-----------|
| | kolsantinq xidməti | | | |
| 4 | Sosial-mədəni sahədə beynəlxalq və regional kolsantinq xidməti | 2 | 2 | 4 |
| 5 | Turizm sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələrə kolsantinq xidməti | 2 | 2 | 4 |
| 6 | Yerləşmə müəssisələrinin təşkilində beynəlxalq kolsantinq xidməti | 2 | 2 | 4 |
| 7 | Turizm şirkətlərinin təşkilində kolsantinq xidməti | 2 | 2 | 4 |
| 8 | Restoran və iaşə biznesində kolsantinq xidməti | 2 | 2 | 4 |
| 9 | Turizmin regional inkişaf xüsusiyyətlərinin müəyyənləşdirilməsi üzrə kolsantinq | 2 | 2 | 4 |
| 10 | Turizmdə investisiya siyasəti üzrə kolsantinq | 2 | 2 | 4 |
| 11 | Turizmdə idarə etmə üzrə kolsantinq xidməti | 2 | 2 | 4 |
| 12 | Turizm biznesində strateji planlaşdırma üzrə kolsantinq | 2 | 2 | 4 |
| 13 | Turizm marketinqində kolsantinq (bençmarkinq) | 2 | 2 | 4 |
| 14 | Turizmdə imic kolsantinqi | 2 | 2 | 4 |
| | Cəmi | 30 | 30 | 60 |

Mövzular və onların məzmunu

1.Fənnin predmeti məqsədi və vəzifələri

Kolsantinqin mahiyyəti. Əsas anlayışları və növləri. İqtisadiyyat, hüquq, xidmət, idarə etmə sahəsində kolsantinq. Fənnin öyrənilməsinin məqsədi və öyrənilməsinin əhəmiyyəti. Öyrənilmə istiqamətləri.

2.Beynəlxalq kolsantinq xidməti: ilkin şərtlər və müasir vəziyyət

Beynəlxalq kolsantinqin mahiyyəti. Kənar və daxili kolsantlar. Kolsantinq fəaliyyətinin yaranmasının ilkin şərtləri. Kolsantinq ənənələri olan ölkələr. Avropa kolsantinq xidmətləri göstərən nüfuzlu təşkilatlar. ABŞ-da kolsantinq xidmətləri. Avropa və ABŞ-da idarə etmə və hüquq sahəsində kolsantinq xidmətləri. Beynəlxalq miqyasda xidmət sahəsi üzrə kolsantinq mərkəzləri.

3.İşgüzar xidmətlər bazarında kolsantinq xidməti

İşgüzar xidmətlərdə kolsantinqin əhəmiyyəti. İşgüzar fəaliyyətin qurulmasında və ilkin inkişafında kolsantinq. İşgüzar əlaqələrin qurulması. Bazarda biznes əlaqələrinin qurulmasında kolsantinq xidməti. İşgüzar xidmətlərdə kolsantinq xidmətləri bazarı.

4.Sosial-mədəni sahədə beynəlxalq və regional kolsantinq xidməti

Sosial-mədəni sahələrdə kolsantinq. Xidmət sahələrində kolsantinqin əhəmiyyəti. Xidmət müəssisələrində lahiyə və yeni məhsulların yaradılmasında məsləhətləşmə. Müəssisə və məhsul imiçinin yaradılması. Bazarda xidmət üzrə rəqabət mühitinin öyrənilməsində məsləhətləşmə.

5.Turizm sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələrə kolsantinq xidməti

Beynəlxalq səviyyədə turizm üzrə kolsantinq xidmətləri. Turizm müəssisələrinin yaradılmasında kolsantinq xidmətləri. Turizm məhsulunun yaradılması və marketinqində məsləhətləşmə. İdarə etmə sahəsində kolsantinq. Bazarın öyrənilməsində kolsantinq. Pozitiv və imicin formalaşması və informasiya təminatında kolsantinq.

6.Yerləşmə müəssisələrinin təşkilində beynəlxalq kolsantinq xidməti

Yerləşmə müəssisələrində konsaltinq xidmətlərinin təşkili. Yerləşmə müəssisələrinin inkişafında kolsantinqin rolu. Marketinq üzrə məsləhətləşmələr. Təkmiləşdirmə üzrə məsləhətlər. Yerləşmə müəssisələri bazarında kolsantinqin xidmətlərinin fərqli xüsusiyyətləri. Brend hotellərdə kolsantinq.

7.Turizm şirkətlərinin təşkilində kolsantinq xidməti

Turizm şirkətlərinin təşkili üzrə beynəlxalq kolsantinq. Turizm şirkətlərinin bazarda fəaliyyəti üzrə məsləhətləşmə. Marketinq üzrə kolsantinq. Əlaqələrin qurulması üzrə məsləhətləşmə. İdarə etmə üzrə məsləhətləşmə. İnformasiyanın toplanmasında məsləhətləşmə. Turizm şirkətlərinin biznes fəaliyyətində kolsantinq.

8.Restoran və iaşə biznesində kolsantinq xidməti

Restoranların layhələndirilməsində kolsantinq. Yerləşmə, istifadə olunan yerlər və reklamın nəzərə alınması. Şəbəkə restoranlar üzrə məsləhətləşmə. Restoranın inkişafı üzrə kolsantinq.

9.Turizmin regional inkişaf xüsusiyyətlərinin müəyyənləşdirilməsi üzrə kolsantinq

Regionlarda turizminin inkişafı üzrə kolsantinq xidmətləri. Regional turizminin inkişafında kolsantinq xidmətlərinin əhəmiyyəti. Regionların potensialının qiymətləndirilməsi və onun turizm baxımından əhəmiyyəti üzrə məsləhətləşmələr.

Regional inkişafda idarə etmə və markeinqin təhlilində məsləhətləşmələr. Regional turizminin planlaşdırılmasında təminədiçi və funksional xidmətlər.

10.Turizmdə investisiya siyasəti üzrə kolsantiq

İnvestisiya üzrə kolsantiqin mahiyyəti. Turizmdə investisiya siyasətinin istiqamətləri. İnvestisiyaların təyinatı. İnvestisiyaların tənzimlənməsi. Dövlət, xarici və yerli səviyyədə investisiya qoyuluşları üzrə kolsantiq. İnvestisiya siyasətinin hazırlanması. İnvestisiya layihələrinin qiymətləndirilməsi. İnvestisiyaların həyata keçirilməsinə nəzarət.

11.Turizmdə idarə etmə üzrə kolsantiq xidməti

İdarəetmə probleminin müəyyən edilməsi. İdarəetmədə tövsiyələrin işlənməsi və reallaşdırılması. Turizm menecmentində konkret sahələr üzrə konsultasiya. Turizmdə konsultant xidmətlərinin istiqamətləri:qərarın qəbulu mexanizmi və metodların müəyyənləşdirilməsi. İdarə etmədə daxili və xarici konsultant xidmətləri. Turizmdə şirkət və konsultant münasibətlərinin inkişafı.

12. Turizm biznesində strateji planlaşdırma üzrə konsaltinq

Strateji xidmətlər üzrə məsləhət vermənin istiqamətləri. Strateji planın istiqamətləri və diapazonun seçilməsi. Məhsul strategiyası üzrə konsultant xidmətləri. Turizm bazarında cari stiuasiyanın təhlili. Tədqiq olunmuş davamlı inkişaf üzrə məsləhətləşmələr. Strateji plan üzrə mərhələlərin ayrılması.

13. Turizm marketinqində konsaltinq (bençmarkinq)

Turizm üzrə marketinq üzrə konsultantın istiqamətləri. Bençmarkinq turizm biznesində tətbiqi. Turizmdə bençmarkinqin mərhələləri. Məlumatların toplanması. Üstünlüklərin müəyyən olunması. Təhlilin nəticələrinin tətbiqi prosesinə nəzarət.

14. Turizmdə imic konsaltinqi

İmic konsaltinqinin mahiyyəti. İmicmeykinq tədbirləri üzrə konsaltinq. Turizm müəssisəsinin imicinin yaradılması, qorunması və inkişaf etdirilməsi istiqamətləri. reyting kateqoriyaları və onların bölüşdürülməsi. İmicdəki üstünlüyün PR və inkişafada rolu. Azərbaycanda konsaltinq xidmətləri.

Ədəbiyyat:**Əsas:**

1. Tkaliç A.İ. Kolsaltinq xidməti. (tərcümə edən Hacı Nərimanoğlu, Vüsal Kazımsadə). Bakı 2011.

2. Əliyev Ə.İ., Aslanov E.Z. Beynəlxalq turizm hüququ. Bakı-2011.

3. Əlirzayev Ə.Q. Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi. Bakı-2011

Əlavə:

4. Faruk Andaç. Turizm hukuku. Ankara “Detay” 2006.

5. Saime Oral. Otel işletmeciliği ve verimlilik analizi. Ankara: Ekonom, 2005.

6. Özcan Yağcı. Turizm ekonomisi. Ankara: Detay, 2007.

Azərbaycanda turizm

bazarı

İzahat vərəqi

Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişaf etdirilməsinin zəruriliyi dövlət və ictimaiyyət tərəfindən qəbul edilmişdir. Bunu turizm sektoru üzrə hökumət və kommersiya strukturlarının yaradılması, qanunvericilik aktlarının qəbul edilməsi, beynəlxalq turizm əlaqələrinin genişləndirilməsi

istiqamətində görülən işlər sübut edir.

Respublikamızda turizmin inkişaf etdirilməsi xüsusi maraq doğurur. Bu təbiidir, çünki, turizmin inkişaf etdirilməsinin əhalinin istirahəti və müalicəsinin təşkilində mühüm rolu vardır. Son illər əhalinin gəlir mənbələrinin artması, həyat səviyyəsinin yüksəlməsi ölkədə turizm imkanlarından istifadəni aktuallaşdırır. Azərbaycan geniş turizm imkanlarına malikdir. Lakin bu imkanlardan turizmdə lazımınca istifadə olunmur.

Turizm sektorunu prioritet sahə kimi qiymətləndirən Respublika Prezidentinin «Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı» və «Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı» haqda müvafiq sərəncamlarında ölkənin turizm potensialından səmərəli istifadə olunması, onun inkişaf istiqamətləri müəyyənləşdirilmişdir.

Bunu nəzərə alaraq “Turizm və otelçilik” istiqamətində təhsil alan magistrantlara “Azərbaycanda turizm bazarı” fənni tədris edilir.

Fənnin tədrisi 45 saat (30 s.müh., 15 s. məş.) nəzərdə tutulmuşdur.

**Mövzular üzrə saatların
paylanması**

| № | Mövzular | Cəm i | o cümlədən | |
|----|---|----------|------------|------|
| | | | müh. | məş. |
| 1 | Fənnin predmeti, məqsəd və vəzifələri | 2 | 2 | - |
| 2 | Turizm bazarının inkişafının nəzəri-metodoloji əsasları | 2 | 2 | - |
| 3 | Azərbaycanda turizm bazarının yaranmasının tarixi mərhələləri | 4 | 2 | 2 |
| 4 | Turizmin inkişafını şərtləndirən təbii coğrafi amillər | 2 | 2 | - |
| 5 | Turizmin inkişafını şərtləndirən tarixi-mədəni amillər | 4 | 2 | 2 |
| 6 | Turizmin inkişafını şərtləndirən sosial-iqtisadi amillər | 2 | 2 | - |
| 7 | Turizm xidmətləri bazarının formalaşması | 4 | 2 | 2 |
| 8 | Turizm bazarı seqmentlərinin inkişaf istiqamətləri | 2 | 2 | - |
| 9 | Balneoloji kurort turizm ehtiyatlarından istifadə imkanları | 4 | 2 | 2 |
| 10 | Ekoturizm imkanlarından istifadənin istiqamətləri | 2 | 2 | - |
| 11 | Azərbaycanın turizm bazarında turizm təşkilatlarının fəaliyyəti | 4 | 2 | 2 |
| 12 | Azərbaycanın turizm bazarında tələb və təklifin öyrənilməsi | 4 | 2 | 2 |

| | | | | |
|--------------|--|-----------|-----------|-----------|
| 13 | Azərbaycanda turizm bazarının maddi - texniki bazası | 4 | 2 | 2 |
| 14 | Azərbaycanda turizm bazarının müasir vəziyyəti | 2 | 2 | - |
| 15 | Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişaf perspektivləri | 3 | 2 | 1 |
| Cəmi: | | 45 | 30 | 15 |

Mövzular və onların məzmunu

1.Fənnin predmeti, məqsəd və vəzifələri

Fənnin mövzusu, məqsəd və vəzifələri. Tədqiqat metodikası. Praktiki əhəmiyyəti. Fənnin obyektı və əsasları. Turizm və bazarın əlaqəsi. Digər fənlərlə əlaqəsi.

2.Turizm bazarının inkişafının nəzəri-metodoloji əsasları

Turizm bazarının tələb və təklif qanunauyğunluqları əsasında formalaşması.. V.A.Solovyov, A.P.Duroviç və başqa alimlərin bu haqda fikirləri.

Məqsədli, səmərəsiz, əsas, inkişaf edən və s. turizm bazarında vəziyyəti səciyyələndirən amillər.

Marketoloq Maslou, V.B.Sarpunova tərəfindən turizm bazarında tələbatın dəyişməsinə təsir edən amillər.Ümumi iqtisadi amillər. Sosial-demoqrafik amillərə aiddir. Mədəni və ictimai-psixoloji

amillər.Şəxsi davranış amillərinə aiddir.

Turizm bazarının ikinci mühüm komponenti. Təklifin subyektin məhsul və xidmətlərə rəqabət münasibətlərini əks etdirməsi. Turizmdə təklifin səciyyəvi xüsusiyyətləri. Azərbaycanın rayonlarında turizm xidmətlərinə olan tələbin qeyri-bərabərliyi. Bu dəyişkənliyi qiymətləndirmə əmsalı.

3. Azərbaycanda turizm bazarının yaranmasının tarixi mərhələləri

Azərbaycanda turizmin bünövrəsinin səyahətlərdən başlanması. Qədim və orta əsrlərin səyahətləri. Karvan ticarət yolu. «Böyük İpək yolu». BİY-nin əhəmiyyəti. Azərbaycanda karvansaralar, «qonaq evləri», rabatlar. BİY-nun yeni məcrada bərpa olunması.

Böyük coğrafi kəşflərdən XIX əsrin sonlarına qədər olan mərhələ. BİY-nun fəailyyətinin iflasa uğraması səbəbi. Xidmət sektorunun yaradılması.

XIX əsrin sonu XX əsrin ortalarına qədər olan mərhələ. Mehmanxanalara tələbatın artması səbəbləri. Azərbaycanda turizmin inkişafının Rusiya ilə sıx bağlı olması və bunu şərtləndirən amillər.

XX əsrin ortalarından sonrakı mərhələ. Kütləvi

turizmin inkişafı. Azərbaycanda yeni turizm obyektləri şəbəkəsinin genişləndirilməsi. Respublikada turizm-ekskursiya fəaliyyətinin genişlənməsi. Kurort-sanatoriya xidmətinin genişlənməsi. Azərbaycanda turizmin inkişafının ən yüksək səviyyəsi(1987-ci il).Müstəqillik dövrünü əhatə edən mərhələ. Bu mərhələnin səciyyəsi.

4.Turizmin inkişafını şərtləndirən təbiicoğrafi amillər

Azərbaycanda turizmin inkişafının təbii bazası. etmişdir. Respublikamızda daha çox turist cəlb edən bölgələrin mikroiqlim şəraiti. Komfort iqlim şəraiti. Çimərlik mövsümü. Mineral və termal sular turizm-rekreasiya ehtiyatı kimi.Təbiət abidələri, landşaft ekzotikliyi ilə seçilən meşələr.Turizmdə onlardan istifadə.

5. Turizmin inkişafını şərtləndirən tariximədəni amillər

Azərbaycanda tarixi və memarlıq abidələrinin qruplaşdırılması. İslamaqədərki dövrü əhatə edən tarixi-memarlıq abidələri və kurqanlar; İslam mədəniyyətini əks etdirən məscid, minarə, mədrəsələr və s; Azərbaycan memarlıq sənətini əks

etdirən şəhərsalma abidələri. Tarixi və mədəni abidələrin ərazi üzrə yerləşməsində regional fərqlər. Azərbaycan tarixi-memarlıq abidələrlərindən turizm məqsədi ilə istifadənin zəif olması. Bu sahədə xarici ölkələrin təcrübəsinin öyrənilməsi zəruriliyi. Azərbaycanda dini ziyarətgahlar və onların turizmdə əhəmiyyəti. Azərbaycanın mədəni irsinin, etnoqrafik abidələrin turizmin inkişafında xüsusi rolu.

6. Turizmin inkişafını şərtləndirən sosial-iqtisadi amillər

Azərbaycanda turizmin inkişafını şərtləndirən iqtisadi amillər: əhalinin turizmə olan tələbatı, xidmət infrastrukturunun inkişafı, nəqliyyat kommunikasiya sistemi və s. Azərbaycanda turizmin inkişafını şərtləndirən sosial amillər: əhalinin maddi rifahının vəziyyəti, əhalinin yaş tərkibi, işçi qüvvəsi ilə nəminat və s.

7. Turizm xidmətləri bazarının formalaşması

Turizmdə sahibkarlığın inkişafı. Turizm xidmətləri bazarında sahibkarlıq xidmətləri. Ekskursiya xidmətləri. Turizm xidmət bazarında bələdçilərin rolu. Turist marşrutlarında, ekskursiya xidmətlərində

ixtisaslı bələdçilərlə təminat.İlaşə xidmətləri. Turizm bazarında kommunal, məişət, daşınma xidmətlərinin təşkili nəticəsində bölgələr və turizm mərkəzlərinin imicin formalaşması,

Turizm bazarında istehsal xidmətləri. Turizm bazarında Yüngül və kустar sənayenin rolu. Turizm xidmət bazarının formalaşmasında xidmət və istehsal sahələrinin əlaqələndirilməsi. Turizm bazarında muzey, kinoteatr, mədəni-maarif müəssisələrinin xidmətləri. Mədəniyyət ocaqları, istirahət parklarından turizmdə istifadəsinin vəziyyəti. Milli adət-ənənələrin, mədəni irs nümunələrinin turizmin inkişafında zəif təbliği.

8.Turizm bazarı seqmentlərinin inkişaf istiqamətləri

Turizm bazarı seqmentləri. Otel və ona bərabər tutulan yerləşmə obyektləri. Regionlarda yerləşmə müəssisələri ilə təminat səviyyəsinin təhlili. Bakının biznes mərkəzi kimi formalaşmasının yerləşmə müəssisələri şəbəkəsinin genişlənməsinə təsiri. Motel və kempinq xidmətləri. Mehmanxana xidmətləri fəaliyyətindən əldə olunan gəlirvə təhlili. Respublikada yerləşmə müəssisələrində çalışanların

təkribi və say dinamikası. Bu sahədə problemlər. Turizmin nəqliyyatla sıx əlaqəsi. Beynəlxalq və daxili turizm daşımalarında nəqliyyat xidmətlərinin rolu. Avtomobil nəqliyyatının digər nəqliyyat növlərindən üstünlüyü və turizmdə əhəmiyyəti. Azərbaycanda istirahət və turizm mərkəzlərinə gedən avtomobil yollarının istiqamətləri. Dəmir yolları ilə turist daşımaları. Daxili turizm daşımalarında dəmiryol nəqliyyatının payı.

Su nəqliyyatının turizmdə əhəmiyyəti. Su nəqliyyatının turizm baxımından üstünlükləri. Xəzər dənizində kruiz imkanları. Yerli kruizlər. Kür çayından, Mingəçevir su anbarından turizmdə istifadə. Hava nəqliyyatının turizm daşımalarında xidməti. Kanatla daşınma imkanları. «İpək Yolu» və TRASEKA proqramı çərçivəsində dəmir və avtomobil yollarının bərpasının turizm daşımalarında əhəmiyyəti. Turizm bazarında nəqliyyat xidmətlərinin təhlili. Milli turizmin reklamı. Turizm sənayesində reklam fəaliyyətinin 2 forması: makrosəviyyəli reklam, özəl təşkilatları əhatə edən mikrosəviyyəli reklam. Turizm bazarında milli reklamın genişləndirilməsi yolları. Bu sahədə

problemlər.

9. Balneoloji kurort turizm ehtiyatlarından istifadə imkanları

Azərbaycanda balneoloji kurort ehtiyatlarının təsnifatı. Mineral və termal suların coğrafi yerləşməsində bölgələr üzrə fərqlər. Naxçıvan bölgəsinin mineral və termal suları. Abşeron bölgəsinin termal su mənbələri. Lənkəran-Astara bölgəsinin balneoloji-turizm imkanları mineral, termal su mənbələri. Şəki-Zaqatala və Şirvan bölgələrindəki mineral və termal sularının tərkibinin müxtəlifliyi və pərakəndə yayılması. Quba-Xaçmaz bölgəsinin mineral və termal sularla məşhur olması. Yuxarı Qarabağ və Kəlbəcər-Laçın bölgələrinin mineral və termal su mənbələri ilə zəngin olması. balneoloji-turizm imkanları. Bölgənin işğal altında olması və onun təzadları. Gəncə-Qazax bölgəsinin balneoloji kurort ehtiyatları. Müalicəvi naftalan nefti. Bölgədə mineral su mənbələri.

Müalicəvi palçıqlar və onlardan balneoloji rekreasiya ehtiyatı kimi istifadənin vəziyyəti. Balneoloji kurort-sanatoriyalarından turizm-istirahət mərkəzlərində istifadə. “Azərbaycan kurortları “ haqqında

respublika prezidentinin sərəncamları.

10.Ekoturizm imkanlarından istifadənin istiqamətləri

Kənd turizmi ekoturizmin növü kimi. Kənd turizminin inkişafını şərtləndirən təbii və iqtisadi amillər. Kənd turizminin sosial-iqtisadi əhəmiyyəti: yerli təşkilatlar və turistlər üçün əhəmiyyəti. Azərbaycanla kənd turizminin inkişafında Türkiyənin təcrübəsindən istifadə imkanları. Dağlıq ərazilərdə kənd yaşıl turizmin inkişafını şərtləndirən amillər. Azərbaycanda kənd turizminin perspektivli bölgələri.

Kənd turizmində istehlakçı seqmenti və onun təhlili. Azərbaycanda Milli parklardan və landşaft ekzotikliyi ilə seçilən ərazilərdən ekoturizmdə istifadə. Milli parklardan səmərəli istifadənin istiqamətləri. Milli parkların turizm və istirahətin təşkilində məqsədi və vəzifələri. Milli parkların turizmin təşkili baxımından funksiyaları. Azərbaycanda milli parkların turizm əhəmiyyətinin səciyyəsi. Təbiət abidələri ekoloji mühitin əsas komponenti və rekreasiya ehtiyatları kimi. Təbiət abidələrinin təsnifatı. Təbiət abidələrindən turizmdə

istifadə. Təbiət abidələrinə ekoturizm məqsədli marşrutlar.

11. Azərbaycanın turizm bazarında turizm təşkilatlarının fəaliyyəti

Azərbaycanda turoperator, turagentliklər və onların fəaliyyəti. Turoperatorların bölgələrlə əlaqəsinin zəif olması və daha çox xarici turizm bazarı üzrə ixtisaslaşması.

Turoperatorların yeni turməhsulun formalaşmasında zəif iştirakı. Turagentliklərin əsasən xarici turist səfərlərinə gedənlərə yollayış satması və aviakassa funksiyalarını yerinə yetirməsi. Turagentliklərin turoperatorla zəif əlaqələrinin olması. Turizm təşkilatlarının fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi yolları.

12. Azərbaycanın turizm bazarında tələb və təklifin öyrənilməsi

Turizmin modelləşdirilməsi. Modelləşdirilmədə tələb və təklifin öyrənilməsi.

Əhalinin turizmə və istirahətə olan tələbatının mövsümlər üzrə fərqli olması. Turizm bazarında təklif olunan turpaketin tərkibi.

13. Azərbaycanda turizm bazarının maddi - texniki bazası

Turizmdə istifadə olunan əmək vasitələrinin məcmusu onun maddi – texniki bazası kimi. Turizmin maddi – texniki bazasının tərkibi. Turistlərə tam kompleks xidmət göstərilməsi. Xidmət növlərinə görə turizm müəssisələrinin tipləri. Mülkiyyət formasına görə müəssisələrinin növləri.

14. Azərbaycanca turizm bazarının müasir vəziyyəti.

Azərbaycanda turizm bazarının müasir vəziyyətini səciyyələndirən amillər.

Zəif inkişaf etmiş turizm bazarı. Turizm sənayesinin yüksək və normal inkişafı üçün çatışmayan kapital. Turizm xidmətləri və məhsulu istehsalının aşağı səviyyəsi aşağı səviyyəsi. Turizm sənayesinə zəif yatırım. Məhdud gəlir. Azərbaycanda gəlmə və getmə turizm bazarının təhlili. Azərbaycan Turizm Sənayesinin İnkişafı Assosiasiyası. Assosiasiya qarşısındakı vəzifələr.

15. Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişaf perspektivləri

Azərbaycanda turizmin inkişaf konsepsiyası. Turizmin modelləşdirilməsi və rəqabət mühitinin formalaşdırılması. Turizmdə kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf

etdirilməsi. Kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etdirilməsində qarşılanan problemlər. Turizmdə investisiyaların istiqamətləri. Dövlət investisiyalarının turizm sənayesinə yönəldilməsi istiqamətləri. Xarici investisiyalar. Xarici investorların cəlb olunması imkanları və sahələri.

Ədəbiyyat

Əsas:

1. Azərbaycanın iqtisadi və sosial coğrafiyası./ V.Ə.Əfəndiyevin redaktəsi ilə. Bakı: “Bakı Universiteti” nəşriyyatı, 2010
2. Ağakərimov M.M. Otel. Bakı: “R.N. Novruz-94”, 2008
3. Bilalov B.Ə. Turizmin menecmenti. Bakı: “Mütərcim”, 2005
4. Bilalov B.Ə. Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi. Bakı: “Mütərcim”, 2006
5. Bilalov B.Ə., Qəhrəmanov Y.M. Səyahət agentlikləri və turoperatorluq. Bakı: “Mütərcim”, 2012
6. Dərgahov V.S. Azərbaycanın Xəzərsahili bölgəsinin rekreasiya-turizm ehtiyatları. Bakı: “Sabah”, 2003

7.Dərgahov V.S. Rekreasiya-turizm ehtiyatları. Bakı: “MBM”, 2008

8.Əyyubov Ə.C. Azərbaycan SSR-nin kurort və istirahət yerlərinin iqlimi. Bakı: Azərbaycan Dövlət nəşriyyatı, 1987

Qasimov M.S. Abşeron yarımadası əhalisinin rekreasiya təminatı. Bakı: “Qismət”, 2007

9.Məmmədov C.A., Bilalov B.Ə. Azərbaycanda gəlmə turizm və onun inkişaf yolları. Bakı: “Mütərcim”, 2004

10.Məmmədov C.A., Soltanova H.B., Rəhimov S.H. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası. Bakı: “R.N.Novruz-94”, 2002

11.Rəhimov S.H.Turizm-ekskursiya işinin təşkili. Bakı: “Mütərcim”, 2004

Əlavə :

1.Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı.

Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Qanunvericiliyi toplusu. I cild, Bakı: “Avrasiya press”, 2011

2.Azərbaycan Respublikası ərazisində dövlət mühafizəsinə götürülmüş tarix və mədəniyyət

abidələri. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Qanunvericiliyi toplusu. II cild, Bakı: “Avrasiya press”, 2011

3. Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı

(2004-2008-ci illər). “Respublika” qəzeti, 13 fevral 2004-cü il.

4. “Azərbaycan kurortları” Dövlət Proqramı haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin sərəncamı. Bakı, “Xalq” qəzeti, 28 fevral, 2007-ci il

5. Azərbaycan Respublikası regionlarının 2009-2013-cü illərdə sosial –iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı.

“Respublika” qəzeti, 14 aprel , 2009-cu il.

6. Azərbaycan Respublikasında kurortların 2009-2018-ci illərdə inkişafı üzrə Dövlət Proqramı. “Respublika” qəzeti, 7 fevral 2009-cu il.

8. Azərbaycanda turizm. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. Bakı, “Səda”, 2012

9. Azərbaycanda turizm strategiyasının inkişafı üçün texniki yardım. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi, Bakı, 2006

10.Azərbaycanın əsas və əlavə turist marşrutlarının təsdiq olunması haqqında Gənclər, İdman və Turizm Nazirliyinin qərarı. Bakı, 2003

11.Azərbaycanın Milli Parkları. Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi. Bakı, 2007,

V. İXTİSASLAŞMA: SOSIAL-MƏDƏNİ SAHƏDƏ SERVİSİN TƏŞKİLİ

Turizm bazarı və marketinq tədqiqatları

İzahat vərəqəsi

Fənnin tədrisində əsas məqsəd tələbələrə turizm bazarı və onun mahiyyəti, funksiyaları, differensiasiyası, yaranmasının və formalaşmasının mühüm şərtləri, bazarın marketinq tədqiqatları haqqında geniş və ətraflı biliklər verməkdir. Fənnin tədrisi prosesində tələbələr turizm bazarının xüsusiyyətləri, onun turizm potensialı ilə bağlı olması, ölkə iqtisadiyyatının inkişafında rolu, bazarda marketinq tədqiqatları prosesini aparmaq qaydaları haqqında yüksək keyfiyyətli biliklərə yiyələnmə bilirlər. Bunu nəzərə alaraq “Turizm və otelçilik” istiqamətində təhsil alan magistrantlara “Turizm bazarı və marketinq tədqiqatları” fənni tədris edilir. Fənnin tədrisi 60 saat (30 s.müh., 30 s. məş.) nəzərdə tutulmuşdur.

Mövzular üzrə saatların paylanması

| № | Mövzular | Müh | Sem | Cəmi |
|----------|--|------------|------------|-------------|
| 1 | Turizm bazarı və marketing tədqiqatları fənninin predmeti və məzmunu | 2 | 2 | 4 |
| 2 | Turizm bazarı anlayı və turizm bazarının xüsusiyyətləri | 4 | 4 | 8 |
| 3 | Turizm bazarının yaranmasının mühüm şərtləri | 2 | 2 | 4 |
| 4 | Turizm bazarının formalaşması | 2 | 2 | 4 |
| 5 | Turizm tələbatı və turizm marketingi | 4 | 4 | 8 |
| 6 | Turizm bazarının differensiasiyası | 2 | 2 | 4 |
| 7 | Turizm bazarının ölkə iqtisadiyyatının inkişafında rolu | 2 | 2 | 4 |
| 8 | Marketing tədqiqatlarının mahiyyəti, növləri və prinsipləri | 4 | 4 | 8 |
| 9 | Marketing tədqiqatlarının metodologiyası | 4 | 4 | 8 |
| 10 | Marketin tədqiqatlarında sorğu. Marketing tədqiqatları prosesi. | 4 | 4 | 8 |
| | Cəmi: | 60 | 30 | 30 |

Mövzular və onların məzmunu

1. Turizm bazarı və marketing tədqiqatları fənninin predmeti və məzmunu

Fənnin mövzusu, məqsəd və vəzifələri. Tədqiqat metodikası. Praktiki əhəmiyyəti. Fənnin obyektı və əsasları. Turizm və bazar əlaqəsi.

2. Turizm bazarı anlayışı və turizm bazarının xüsusiyyətləri

Turizm bazarına verilən təriflər. Turizm bazarı – dörd əsas elementin qarşılıqlı iqtisadi əlaqələr sistemi kimi. Turizm bazarının digər bazarlardan fərqli xüsusiyyəti. Turizm bazarının mahiyyəti, onun funksiyaları. Turizm xidmətlərinin satış vasitələri. Turizm bazarının səmərəli fəaliyyəti üçün şərtlər.

Turizm bazarının xüsusiyyətləri. Turizm bazarının asılı olduğu amillər.

3. Turizm bazarının yaranmasının mühüm şərtləri

Turizm bazarını səciyələndirən mühüm şərtlər: bazarının tutumu, balanslaşdırma səviyyəsi, tələb, təklif, turizm məhsulunun realizə olunması. Bunların qısa səciyyəsi. İstehlak tələbinin asılı olduğu amillər.

4. Turizm bazarının formalaşması

Dünya turizm bazarı və onun sosial-iqtisadi xüsusiyyətləri. Dünya turizm bazarının iqtisadi funksiyası. Dünya turizm bazarının müasir iqtisadi inkişaf tempi; ölçü baxımından inkişaf, sürətli inkişaf, turizm inkişafının əmələ gətirdiyi kəşflər, kalitativ və kantitativ inkişaf. Turizmin quruluşundakı inkişaf; turizmin daxili quruluşundakı dəyişiklikdən meydana gələn inkişaf, turizm hərəkatlərinə cəlb

olunanların sayındakı artımdan meydana gələn inkişaf, turizm istehlak xərclərindəki artımdan meydana gələn inkişaf xüsusiyyətləri.

5. Turizm tələbatı və turizm marketinqi

Turizm bazarında tələb və təklifin nisbətinin dəyişməsinin turizm məhsulunun qiymətinə təsiri. Bazarlıq etmənin motivləri. Motiv (və ya niyyət) anlayışı. Bu haqda fikirlərin təhlili. Turizm tələbatının formalaşmasına təsir edən amillər. Turizm xidmətləri bazarının marketinq öyrənilməsi və təhlili.

6. Turizm bazarının differensiasiyası (seqlmentləri)

Turizm bazarının differensiasiyası. Turizm bazarının seqlmentləşməsi sxemi.

Turistlərin turməhsulun alıcıları kimi kateqoriyaya ayrılması. Turməhsula olan tələbin növünə görə turistlərin qruplara ayrılması. Turizm bazarının differensiasiyasının məqsədi. Turizm məhsulu istehlakçılarının seqlmentləşmə amilləri. Müasir turizm sənayesində bazarın differensiasiyasının əhəmiyyəti.

7. Turizm bazarının ölkə iqtisadiyyatının inkişafında rolu

Turizm bazarının ölkə iqtisadiyyatı baxımından səciyyəvi xüsusiyyətləri. Ölkə iqtisadiyyatının inkişafında daxili turizmin rolu. Turizm bazarında turizm potensialı və onun inkişaf etdirmə yolları. İnvestisiya mənbəyi kimi turizmin funksiyası.

13. Marketing tədqiqatlarının mahiyyəti, növləri və prinsipləri. Marketing tədqiqatları anlayışı və mahiyyəti.

Marketing tədqiqatı informasiyalar vasitəsilə müəssisəni bazara, istehlakçıya, rəqibləri və s. bağlayan fəaliyyət kimi. Marketing fəaliyyətinin ilkin şərti. Marketing tədqiqatlarının istiqamətlərini müəyyən edən mümkün obyektlər və bunların bir-biri ilə bağlılığı. Tədqiqatın predmeti. Turizm biznesində tətbiq edilən marketing növləri; keçirilmə qaydalarına görə, keçirilmə məqsədinə görə, toplanılan informasiyanın xarakterindən asılı olaraq ayrılan marketing tədqiqatları

Marketing tədqiqatlarının nəticə və səmərəliliyinin asılı olduğu prinsiplər. bazarın kompleks tədqiqi.

14. Marketing tədqiqatlarının metodologiyası

Marketing tədqiqatlarında metod. Marketing tədqiqatlarında model. Marketing tədqiqatları metodologiyasında ümum-elmi metodlar, ümumnəzəri elmi-metod və modellər, müxtəlif bilik sahələrini əhatə edən metodlar, yalnız marketingə aid xüsusi metod və modellər. Marketing tədqiqatlarında təhlil və onun növləri. Tələbdən asılı marketingin vəzifələrinin dəyişməsi.

15. Marketing tədqiqatlarında sorğu. Marketing tədqiqatları prosesi.

Sorğu və onun növləri. Sorğunun müsbət və mənfi tərəfləri. Sorğunun keçirilməsi, sənədləşdirmə və təhlil. Marketing

təhqiqatlarında müşahidə. Marketing təhqiqatlarında eksperiment. İstehlakçıların tədqiqi.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Marketing tədqiqatlarının proqramı. Marketing tədqiqatları prosesinin sxemi. Marketing tədqiqatları aparılması qaydaları. Marketing tədqiqatlarının aparılmasının əsas prinsipləri. Marketing tədqiqatlarının həyata keçirən əsas təşkilatlar. Marketing tədqiqatlarının aparıldığı əsas fəaliyyət sahələri.

Ədəbiyyat

Əsas:

- 1.Axundox Ş. Marketing. 1ci hissə. Bakı: 2003, 590 s.
- 2.Zdorov A.B. Gkonomika turizma. Uçebnik. M.: 2007
- 3.V.S.Boqolöbov, V.P.Orlovskaa «Gkonomika turizma». Uçebnik. M.:2005
- 4.M.A.Morozov «Gkonomika i predprinimatelğstvo v soüialğno-kulğturnom servise i turizme. M.:2005
- 5.Senin V.S. Orqanizaüie mejdunarodnoqo turizma. Uçebnik. 2005.
- 6.Kvartalğnov V.A. Turizm. M.: 2003.
- 7.Duroviç A.P.Marketing v turizme M.: İNFRA-M, 2012, 314 s.
- 8.Gkonomika i orqanizaüie turizma: Mejdunarodniy turizm. Pod red. İ.A.Rəbovoy i dr. M.: KNORUS, 2009

Əlavə:

- 1.Cabir Məmmədov, Sabir Rəhimov, Turizmin Termin və Anlayışların İzahlı Ensiklopedik Lüğəti. Mütərcim Nəşriyyatı, Bakı, 2003.
- 2.Nazmiye Özgüç, Turizm Coğrafiyası. Çantay Kitabevi Yayınları, İstanbul, 2003.
- 3.Harvey J., Jowsey E. (New-York, 2007), Müasir Ekonomiks. Tərcümə edən: Abdullayeva Ə., Orucova P.. Kitab klubu nəşri. Bakı, 2008.
- 4.WALTHER, Ted.; Dünya Ekonomisi. Çeviren: ÇAĞLAR, Ünal; Alfa Yayınları, İstanbul, 2002

Qonaqpərvərlik etikəsi

İzahat vərəqi

Turizm sənayesinin ayrılmaz tərkib hissəsini istirahət və qonaqpərvərlik xidmətləri təşkil edir. Turizm sənayesinin qonaqpərvərlik olmadan təsəvvür etmək qeyri-mümkündür. Turizm sənayesi özlüyündə çox geniş sahəni əhatə edir. Turizm sənayesi - yerləşdirmə və nəqliyyat vasitələri, ictimai iaşə, əyləncə, dərkətmə, ekskursiya və gid-tərcümə xidmətləri göstərən təşkilatların məcmusudur. Turizm sənayesi-turistlərin konkret tələbat və ehtiyaclarının

ödənilməsinə yönəlmiş, hər biri öz səciyyəvi funksiyalarını yerinə yetirən və bir-biri ilə əməkdaşlıq edən firma və şirkətlərin vəhdətidir.

Bəşər sivilizasiyası inkişaf etdikcə bu və ya digər səbəbdən evlərindən uzaqda olan insanlara qonaqpərvərlik xidmətlərinin göstərilməsi getdikcə daha çox insanın peşəsinə çevrilmiş və son nəticədə qonaqpərvərlik sənayesi güclü sahəyə çevrilmişdir. Qonaqpərvərliyin turizmin sektorları üçün xüsusi vacib olan keyfiyyət kimi çıxış etməsinə baxmayaraq, əslində o, yerli əhalinin və turistlərin ehtiyac və tələbatlarının ödənilməsinə yönəlmiş müstəqil bir sahədir.

Azərbaycanın qonaqpərvərliyi haqda məlumatların qədim dövrlərə təsadüf edir. Bu haqda məşhur səyyah və coğrafişünasların, ədiblərin, dövlət xadimlərinin əsərlərində yazılar çoxdur. Zaman keçdikcə Azərbaycan xalqına xas olan bu xüsusiyyət bir sıra amillərin təsiri ilə inkişaf etmiş, dünya qonaqpərvərlik sənayesinin tərkib hissəsinə çevrilmişdir.

İstirahət və qonaqpərvərlik sənayesinin inkişafında insanların mənəvi tələbatların

ödənilməsində, estetik zövqlərin təmin olunmasında xidmət personalının əxlaqi, etik-estetik mədəniyyətinin yüksək səviyyədə olması zəruridir. Ona görə də turizm sənayesində çalışanların istirahət edən və qonaqlarla rəftarı yüksək səviyyədə olmalı, davranış və mədəniyyətləri, etik normalara sivil qaydada əməl etmələri vacib məsələlərdəndir.

Kursun tədrisi zamanı magistrlara qonaqpərvərlik xidmətinin təşkilati əsasları, qonaqpərvərliyin mahiyyəti, tarixi, formalaşması, istirahət ocaqlarında qonaqlarla davranış mahiyyəti və ünsiyyət qaydaları və.s anlayışların, əxz olunması nəzərdə tutulur. Proqramda etika fəlsəfi elm kimi, əxlaqın mahiyyəti və əsas funksiyaları, əxlaqi şüur, əxlaqi fəaliyyət, etikanın əsas kateqoriyaları, peşə etikası, etikanın inkişafında əsas mərhələlər, Azərbaycanda etik fikir tarixindən və sair məsələlər də öz əksini tapmışdır.

Yuxarıda qeyd olunanları nəzərə alaraq SMS ixtisasında təhsil alan magistrlara 60 saat həcmində (45 saat müəhazirə; 15 saat seminar) “Qonaqpərvərlik etikası” kursunun mənimsədilməsi, düşünürük ki, gələcək turizm mütəxəssislərində yüksək etik-estetik

zövqlü davranış mədəniyyətinin formalaşmasına xidmət edəcəkdir.

Mövzular üzrə saatlarının bölgüsü

| № | Mövzular | Saatlar | | |
|----|--|---------|------|------|
| | | müh. | məş. | cəmi |
| 1 | Turizmdə qonaqpərvərliyin mahiyyəti | 2 | | |
| 2 | Turizmdə qonaqpərvərliyin tarixi | 2 | | |
| 3 | Azərb. turizm sektorunda qonaqpərvərliyin formalaşması | 2 | | |
| 4 | Qonaqpərvərliyin qaydaları | 2 | 2 | |
| 5 | Qonaqlarla davranış mədəniyyəti və ünsiyyət qaydaları | 2 | | |
| 6 | Şəxsiyyətin etik-estetik mədəniyyətinin formalaşması | 2 | | |
| 7 | Mənəvi tələbatların formalaşması | 2 | 2 | |
| 8 | Gözəllik və şəxsiyyətin ahəngdar inkişafı | 2 | | |
| 9 | Etika fəlsəfi elm kimi | 2 | | |
| 10 | Qədim hindistan və Çində etik fikir | 2 | 2 | |
| 11 | Antik dövrdə etik fikir | 2 | | |
| 12 | Orta əsrlər və yeni dövrdə etik fikir | 2 | | |
| 13 | Azərbaycanda etik fikir | 2 | 2 | |
| 14 | İslam etikası | 2 | | |
| 15 | Əxlaqın mahiyyəti və əsas funksiyaları | 2 | | |
| 16 | Əxlaq və ictimai şüurun digər formaları | 2 | 2 | |
| 17 | Əxlaqi şüur | 2 | | |

| | | | | |
|----|--|---|---|-----------|
| 18 | Əxlaqi fəaliyyət | 2 | | |
| 19 | Etikanın əsas kateqoriyaları: xeyir və şər | 2 | 2 | |
| 20 | Borc və vicdan | 2 | | |
| 21 | Şərəf və ləyaqət | 2 | 2 | |
| 22 | Xoşbəxtlik və həyatın mənası | 2 | | |
| 23 | Tətbiqi etika: peşə etikasını məsələləri | 1 | 1 | |
| | Cəmi: | | | 60 |

Mövzular və onların məzmunu

1. Turizmdə qonaqpərvərliyin mahiyyəti

Turizm sənayesi və qonaqpərvərlik haqqında. Turizm sənayesinin strukturu. "Qonaqpərvər" anlayışının mənşəyi. Qonaqpərvərlik sənayesi və ona verilən təriflər. Turizmdə qonaqpərvərliyin səciyyəvi xüsusiyyətləri. Turizm və qonaqpərvərlik sənayesi strukturunun oxşar və fərqli cəhətləri: qonaqpərvərlik sənayesinin əsas sektorları: Mehmanxana və ya yerləşdirmə müəssisələri; qidalanma və içkilər; (ictimai iaşə) sektoru; əyləncə və asudə vaxtın təşkili sektoru; konfrans, simpozium və sərgilərin təşkili üzrə ixtisaslaşmış sektor. və sair.

2. Turizmdə qonaqpərvərliyin tarixi

Tarixi inkişafın müxtəlif mərhələlərində səyahətlər və turizmə maraq artdıqca qonaqpərvərlik

müəssisələrinin coğrafiyasının genişlənməsi. Turizm də qonaqpərvərliyin tarixinin mərhələləri: qədim və ya antik mərhələ; orta əsrlər mərhələsi; yeni dövr; müasir mərhələ. Haldede (müasir İraq ərazisi) ilk qonaqpərvərlik müəssisələrinin mövcudluğu. Qədim Assuriya dövründəki karvansaralar haqqında. Qədim Yunanıstanda qonaqpərvərlik müəssisələri. Qədim Roma qonaqpərvərliyi. Orta əsrlər (V-XV yüzilliklər) qonaqpərvərliyində dini ənənələrin mühüm rol oynaması. Qonaqpərvərlik sənayesində Xaç yürüşlərinin (1095-1295) qoyduğu izlər. O dövrdə İngiltərə və Rusiyada mehmanxana və dayanacaq həyətlərində göstərilən qonaqpərvərlik xidmətləri. XVI-XX yüzilliklərdə Avropada qonaqpərvərlik ənənələrinin formalaşması. Amerikada qonaqpərvərliyin inkişafı. Müasir dövrdə qonaqpərvərlik sənayesinin səciyyəvi cəhətləri.

3. Azərbaycanın turizm sektorunda qonaqpərvərliyin formalaşması

Azərbaycan xalqının qonaqpərvərliyi dünya qonaqpərvərlik sənayesinin tərkib

hissəsidir. Azərbaycanca qonaqpərvərlik sənayesinin formalaşmasına təsir edən amillər: siyasi vəziyyət və sabillik, təhlükəsizliyin təminatı, iqtisadi və sosial inkişaf, investisiya mühiti və iş güzar fəaliyyətinin mümkünlüyü, reklam və təbliğat, ticarət və xidmətlər sektorunun inkişafı, təbii və tarixi mədəni ehtiyatlar, beynəlxalq və milli qanunvericilik və s.

4. Qonaqpərvərlik qaydaları

Diplomatik qəbullar zamanı göstərilən qonaqpərvərlik xidmətləri. Diplomatik qəbulların üsulları və qəbul iştirakçılarının əvvəl etdiyi diplomatik etiket qaydaları. Gündüz və axşam qəbulları zamanı etik normaların gözlənilməsi. Səhər və şam yeməyi zamanı göstərilən xidmətlər. Ölkənin milli koloritinin gözlənilməsi qonaqların zövqü, milli və dini ənənələrin nəzərə alınması. Qonaqlara xidmət edən personalın xarici görünüşü, rəftarı, mehriban və nəzakətli olması, beynəlxalq xidmət standartlarına əməl etməsi.

5. Qonaqlarla davranış mədəniyyəti və ünsiyyət qaydaları

Qonaqlarla mədəni davranış vərdişləri tərbiyəsi. Mehmanxana işçisinin davranış

mədəniyyəti: İnsanın xarici və daxili mədəniyyəti: rəftar və müraciət qaydaları, fikirləri aydın və düzgün ifadə etmə, nitq etiketinə riayət etmə bacarığı.Ləyaqət və təvazökarlıq mehmanxana işçisi üçün vacib xüsusiyyətdir.Davranış və ünsiyyət mədəniyyətinin nitq mədəniyyəti ilə bağlı olması.Qonağın mehribanlıqla qarşılınıb, nəzakətlə yola salınması qaydaları.Qonaqpərvərliyin standartları və onlara ciddi əməl olunması.

6. Şəxsiyyətin etik-estetik mədəniyyətinin formalaşması

Etik-estetik mədəniyyət bəşər mədəniyyətinin tərkib hissəsi kimi.Eстетik mədəniyyətinin predmeti.Eстетik tərbiyənin əsas xüsusiyyətləri.Gerçəkliyə estetik münasibətlə fikir və hissin, iradə və emosiyanın vəhdəti.Eстетik mədəniyyət anlayışının mahiyyəti.Eстетik mədəniyyətin formalaşmasında duyğunun rolu.Hərəkətlə olan varlığın gözəlliyin duyulması.Eстетikada əndazə, ideal problemi.Eстетik mədəniyyətin şərtləri.

7. Mənəvi tələbatların formalaşması

İnsanın bir şəxsiyyət kimi formalaşmasında tələbatların rolu.Fəaliyyətə zövq edən

amillər. Tələbatların xarakteri, təbiəti. Maddi və mənəvi tələbatlar. Təbii tələbatların istiqamətləndirilməsi. Mənəvi tələbatların formalaşması ilə bağlı Aristotel, Sokrat, Pifaqor, Hegel, Platon, Epikür və başqalarının fikirləri. Təbii həzzlə mənəvi zövqün misləti. Mənəvi-əxlaqi gözəlliyə olan ehtiyac. Sosial fəalliq və şəxsiyyətin mənəvi inkişafı.

8. Gözəllik və inkişafın ahəngdar inkişafı

Gözəllik estetikanın ən başlıca və mürəkkəb problemlərindən biri kimi. Estetik keyfiyyətlərin ictimai məzmunu. Gözəlliyin müxtəlif təzalür formaları. Yaradıcı əməyin gözəlliyi. Estetik tərbiyə vasitəsilə gözəllik hissəsinin oyadılması və ahəngdar inkişafı. Mənəvi gözəlliyin incəsənətdə təcəssümü. Mənəvi sərvət məsələləri. Gözəllik və xeyirxahlığın üzvi vəhdəti. İnsan gözəlliyi. İnsana məxsus gözəl əxlaqi keyfiyyətlərin estetik zövq mənbəyi olması. Gözəllik qanunları: estetik hiss, zövq və vərdislərin inkişafı. İnsanın təbii-fiziki gözəlliyi. Əxlaqi-intellektual, yaxud mənəvi gözəllik.

9. Etika fəlsəfi elmdir

Fəlsəfi elmlər sistemində etikanın yeri. Sokratın əxlaq fəlsəfəsi haqqında təlimi. Etika-əxlaq haqqında elmdir. Etikanın anlayış və kateqoriyaları. "Etika" sözünün etimologiyası və yaranma tarixi. Arostotelin "Etika" ilə əlaqədar əsərləri. "Etika" sözünün tarixinin Roma zəminində təkrar olunması. Siseron və digər Roma filosoflarının Yunan təcrübəsinə, xüsusən də Aristotela istinad etmələri və etika problemləri ilə məşğul olmaları. "Moral" sözünün etimologiyası. Etikanın başqa elmlərlə əlaqəsi.

10. Qədim Hindistan və Çində etik fikir

İbtidai dövrdə insanların davranışını tənzimləyən müəyyən qayda və normalar. Misir, Babilistan, Hindistan və Çində formalaşan etik nəzəriyyələr. Hindistanda mövcud olan vedant, yoq, cəynizm, buddizm, lokayata; Çində daosizm, konfutsiçilik, moizm və s. məktəblilərin etik konsepsiyaları. Konfutsinin etik fikirləri.

11. Antik dövrdə etik fikir

Demokritin etik nəzəriyyəsi. İnsanın qəlbi-xoşbəxtliyin mənbəyi kimi. "Etika" sözünün ilk dəfə Aristotel tərəfindən işlədilməsinə baxmayaraq elmin tarixinin Sokratın adı ilə bağlanması. Sokrat

fəlsəfəsinin əsası “Antropologizm”. Sokratın şagirdi Platonun “Fedan”, “Qanunlar”, “Dövlət”, “Ziyafət”, “Protaqor” əsərlərində etik problemlər.

Aristotelin “Etika” ilə bağlı əsərləri.”Böyük etika” “Nikomax etikası”, “Evdem etikası” və s.Digər əsərlərində, məsələn, “İkinci analitika”, “Siyasət”, “Ritorika“ və digərlərində etik problemlər.Etikanın müstəqil elmə çevrilməsi. Xoşbəxtlik – Aristotel etikasının əsas problemi kimi.Aristotel etikasının iqtisadiyyat və siyasətlə bağlılığı.

12. Orta əsrlər və yeni dövrdə etik fikir

Orta əsrlərdə etik fikirin həm Şərqdə, həm də Qərbdə dini ideologiya çərçivəsində inkişaf etməsi:Bibliya və Yunan mifologiyası məsələləri.Dinə tabe edilən əxlaqın teoloji xarakteri.Xristian etikası: bütün insanların Allah qarşısında bərabər olması.Dini əxlaqın ani prinsipləri.Yeni dövrün qabaqcıl mütəfəkkürləri-Etika ilahiyatdan ayrılıb fəlsəfənin müstəqil sahəsinə çevrilməlidir-fikrini əsaslandırdılar: Cordano Bruno (italyan), Renex Dekart (fransız), Benedikt Spinoza (holland), Tomaş Hobbs, Con Look (ingilis) və başqaları.Spinozanın “Etika” əsəri.

XVIII əsrin Avropa maarifçiləri, o cümlədən, materialist filosofların etik fikirləri: D.Didro, İ.Lametri, K.Helvetsi, P.Holbax və başqaları.İ.Kant və G.Hegelin etik fikirləri.

XX əsrdə etika əxlaq haqqında elmə çevrilib.Normativ etika.

13. Azərbaycanca etik fikir

Şifahi xalq ədəbiyyatında etik mativlər.Folklorda əxlaqi-etik problemlərin həlli.

Nizami yaradıcılığın humanist xarakter daşması.

Nizaminin əsərlərində insan əxlaqının, zəkasının baş qəhrəman səviyyəsinə çatdırılması.

Orta əsrlərdə Azərbaycanda etik fikrin inkişafı.

Nəsimi yaradıcılığında etik fikirlər.Nəsimi humanizmi, fəlsəfi lirikasında əxlaqi problemlər.

Nəsimi fəlsəfəsində fiziki gözəlliklə mənəvi gözəlliyin vəhdəti prinsipi.

Füzuli yaradıcılığında məhəbbət problemi.

Məhəbbət-təzadların inkarı kimi. Məhəbbətin ilahi olub, insanın mənəvi gözəlliyini təstiq etməsi.

N.Tusinin etik görüşləri. "Əxlaqi-Nasiri" əsəri.

A.Bakıxanov və M.F.Axundovun etik

fikirləri.Müasir dövrdə Azərbaycanca etika elminin inkişafı.

14. İslam etikası

VII əsrdən başlayaraq Yaxın və orta Şərqlərdə hərtərəfli inkişaf etmiş ərəbdilli islam fəlsəfəsinin formalaşması. İslam dini dünyagörüşünə söykənən islam fəlsəfəsinin VII-XI əsrlərində öz klassik dövrünü yaşaması.

Allah tərəfindən göndərilən və vacib buyurulan “Quran”ın dini abidə olmaqla yanaşı, həm də insanların ictimai həyatının bütün sahələrini əhatə etməsi.İslamda davranış qaydaları və əxlaq prinsipləri.Məhəmməd peyğəmbərin əxlaqi keyfiyyətlər və davranış qaydaları haqqında fikirləri.”Qurani-Kərim”də və peyğəmbərin hədislərində öz əksini tapmış əxlaqi keyfiyyətlər – humanizm, xeyirxahlıq, bərabərlik, məsuliyyətlik, borc, sədaqət, düzlük, haqq, ədalət və s.

“Quran” – bütün dövrlər, xalqlar və millətlər üçün dəyişilməz əxlaq kodeksi kimi.

15. Əxlaqın mahiyyəti və əsas funksiyaları

İctimai şüurun digər formaları kimi əxlaqında strukturunun ictimai münasibətlərlə

müəyyənləşməsi. Əxlaqi münasibətlərin ictimai münasibətlər sistemində mühüm yer tutması. İctimai həyatın bütün sahələrində insanların hərəkətlərinin əxlaq tərəfindən tənzimlənməsi.

Əxlaqın mahiyyətini başa düşmək üçün onun əsas funksiyalarının nəzərdən keçirilməsini zəruriliyi. Əxlaqın əsas funksiyaları: qiymətləndirici, idrakı, dünyagörüş, tərbiyəvi, tənzimləyici.

16. Əxlaq və ictimai şüurun digər formaları

İctimai şüurun hər bir formasının-siyasət, elm, hüquq, fəlsəfə, din, əxlaq və incəsənətin gerçəkliyi özünəməxsus şəkildə əks etdirməsi.

Əxlaqın sinfi maraqları özünəməxsus şəkildə əks etdirməsi. Hüquq dövlətin başlıca tərkib hissəsi kimi. Hüququn da əxlaqın da cəmiyyətdə insanların davranışını tənzimləməsi. Əxlaq prinsiplərinin elmi cəhətdən əsaslandırılması. Hüququn da, əxlaqında cəmiyyətdə insanların davranışını tənzimləməsi. Hüquq normalarını adətən yazılı olub məcburi, əxlaq normalarının isə şifahi şəkildə mövcud olub könüllü xarakter daşması. Elm və əxlaqın zahirən müxtəlif ictimai şüur formaları olmasına baxmayaraq onların

bir-birini tamamlaması. Əxlaq prinsiplərinin elmi cəhətdən əsaslandırılması.

İncəsənət əxlaqən yaxın ictimai şüur forması kimi. Etiklik-estetikliyin vəhdəti-incəsənətin və əxlaqın əsası kimi.

Din ictimai şüurun ən qədim forması kimi. Dünya dinlərinin hər birinin əxlaqla bağlı olması. Bütün dini sistemlərdə əxlaq prinsipləri, normaları, qaydaları haqqında kifayət qədər informasiya olması.

17. Əxlaqi şüur

Əxlaqi şüur və əxlaqi praktika-əxlaqın əsas sahələri kimi. Əxlaqi şüur insan həyatının əhəmiyyətli tərəflərinin-insanların bir-birinə, cəmiyyətə, dünya münasibətlərinin əks etdirən norma, adət, ənənə, dəb, baxış, ideya, emosiya, hiss və təsəvvürlərdən ibarət olması. Bunların xeyir, şər, vicdan, şərəf, ləyaqət, xoşbəxtlik, ədalət və s. anlayışlarla ifadə olunması. "Fəzilət" və "qəbahət".

Fərdi və ictimai əxlaqi şüur. Fərdi əxlaqi şüurun tərkib hissələri: ağıl, hisslər, iradə. İctimai əxlaqi şüurun strukturunun gündəlik əxlaqi şüur və nəzəri əxlaqi şüurdan ibarət olması.

18. Əxlaqi fəaliyyət

Əxlaq insanın hər cürfəaliyyətinin mühüm tərəfi kimi.Əxlaqi şüurun gündəlik hərəkətlərində, rəftarında, onun praktik həyatında reallaşması.Əxlaqi münasibətlərə milli, dini və s.Amillərin təsir göstərməsi.

Əxlaqi fəaliyyət və davranışın əxlaqi praktikaya aid olması.Hərəkət əxlaqi fəaliyyətin vahidi kimi.Əməliyyat və əməl.Əməliyyatın neytral, əməlin “etik” hərəkət olması.

Əxlaqi fəaliyyət və davranış-əməllərin, adətlərin, əxlaqi münasibətlərin məcmusu kimi.Cəmiyyətdə mənəvi iqlimin yaranmasında və mənəvi sərvətlərin formalaşmasında əxlaqi davranışın rolu.

19. Etikanın əsas kateqoriyaları: xeyir və şər

Əxlaq kateqoriyaları əxlaqın strukturunu müəyyən edən, əxlaqi münasibətlərin və əxlaqi şüurun mühümtərəflərini əks etdirən ən ümumi anlayışlar kimi.Bütün əxlaq kateqoriyalarının əxlaq prinsipləri əsasında inkişaf etməsi.Xeyir və şər, borc və vicdan, şərəf və ləyaqət, xoşbəxtlik və həyatın mənası-etikanın əsas kateqoriyaları kimi.Xeyir və şər-gerçəkliyin müsbət və mənfi tərəflərini göstərən əbədi problemlər kimi insanların bütün fəaliyyətini

xeyir və şər anlayışları prizmasından qiymətləndirilməsi.Xeyir anlayışı vasitəsilə insanların maraqlarının, arzularının bildirilməsi.Şər-xeyirin antipodu, mənfi etik kateqoriya, mənəviyyatsızlığın, mühakiməyə səbəb ola biləcək və əxlaqa zidd hərəkətlərin, bütün mənfi keyfiyyətlərinin ümumi xarakteristikası kimi.

20. Borc və vicdan

Borc və vicdan kateqoriyalarının etikada mühüm yer tutması.Bu anlayışların insanların tələbatlarından irəli gəlməsi.Borc kateqoriyası insanın cəmiyyət və ya digərləri qarşısındakı mənəvi öhdəçiliyi olması.Borcun formaları.Maddi və mənəvi borc.

Fərdi əxlaqi şüurda vicdanın yeri və əsas xüsusiyyəti.Vicdan və utancaqlıq.Vicdan və insaf.Vicdan əzabı, peşimançılıq, günah hissi-utancaqlığın formaları kimi.

21. Şərəf və ləyaqət

Şərəf və ləyaqət-insanın cəmiyyətə və özünə qarşı olan münasibətləri kimi.Şərəfin insanların ictimai vəziyyəti və əxlaqi xidmətləri ilə əlaqədar olması.”Ailə şərəfi”, “komandanın şərəfi” və s.anlayışlar.

Duellər-orta əsr zadəganlarının şərəf kodeksinin tərkib hissəsi kimi.Şöhrətpərəsliyin şərəfə zidd olub, xırda hisslərdən irəli gəlməsi.Ləyaqət-digər adamlardan öz hüquqlarının qorunması, özünə qarşı hörmət tələb edilməsi kimi.Şəxsi ləyaqət hissi.

22. Xoşbəxtlik və həyatın mənası

Xoşbəxtlik insan mənəviyyatının dərinlikləri ilə əlaqədar anlayış kimi.Xoşbəxtliyin müxtəlif mənalarda başa düşülməs: taleh, həzz, bəxti gətirmə, mühüm bir şeyə malik olmaq və s.Xoşbəxtliyin subyektivliyi, qısaömürlülüüyü.Xoşbəxtlik məqamında insanın gerçəkliyi başqa gözlə qavraması.Xoşbəxtlik üçün obyektiv və subyektiv şəraitin olması.Təbii fəlakət, müharibə, qorxulu epidemiya, ədalətsizlik və s.xoşbəxtliyə mane ola bilən obyektiv səbəblər kimi.İnsanın məşğuliyyəti, maraqları, daxili əhval-ruhiyyəsi, müxtəlif hadisələrə münasibəti-xoşbəxtliyin subyektiv amilləri kimi.

Həyatın mənasının sosial və şəxsi amilləri.Yaxın adamların itirilməsi, şəxsi həyatdakı kəskin dəyişikliklər və s.-şəxsi amillər kimi.Həyatın mənası və həyatın məqsədi anlayışları.

23. Tətbiqi etika: peşə etikasını məsələləri

Tədbiqi etika-etikanın yeni sahəsi kimi.I.Kant etikann ilk nümayindəsi kimi.Tədbiqi etikanın sahələri: bioetika, ekoetika, biznes etikas, pedeqoji etika, hüquqi etika, siyasi etika, hərbi etika və s.

Peşə etikas davranış kodeksi kimi.Peşə mənəviyyatı və onu öyrənən peşə etikas-mənəvi mədəniyyətin əsas komponenti kimi.Peşə borcu, peşə şərəfi, peşə ləyaqəti, peşə ədaləti, peşə nəzakəti-peşə etikasının əsas anlayışları kimi.Humanizm, optimizm-peşə etikasının əsas prinsipləri kimi.

Ədəbiyyat

Əsas:

- 1.Ağakərimov M.M.”Otel”. Bakı, 2008
- 2.Aslanov A. “Estetika aləmində”. Bakı,1987
- 3.Bilalov B.Ə.”Turizmin menecmenti”. Bakı, 2005
- 4.Məmmədov Z.” Estetika və yeni insan tərbiyəsi”. Bakı, 1978
- 5.Sadiqov Q.”Etika”. Bakı,1991
- 6.Şahhüseynova S. ”Etika”. Bakı, 2009

Əlavə:

- 1.Əhmədov T. “Gənclik, mənəvi aləm, estetika”. Bakı1987

- 2.Hüseynov İ. Əfəndiyeva N.”Turizmin əsasları”.
Bakı,2007
- 3.Bayramov Q. “İnsan və zaman”. Bakı,19924
- 4.Mikayilov A.”Sən və gözəllik aləmi”. Bakı,1978
- 5.Soltanova H., Hüseynova Ş. “Turizmin əsasları”.
Bakı,2007
- 6.Birjakov M.”Vvedenie v turizm”. M.:2000
- 7.Kotler F.”Qostepriimstvo i turizm”. M.:1998
- 8.Uoker Dj.. “Vvedenie v turizm”. M.:1999

M Ü N D Ə R İ C A T

| İzahat | vərəqi |
|--|---------------|
| | |
| ...3 | |
| Turizmin tədqiqat üsulları - Soltanova H.B.....4 | |
| Mehmanxana biznesi - Soltanova H.B.....9 | |
| Mehmanxanaların idarə olunması – Soltanova H.B.....14 | |

| | |
|--|------------|
| Otellərdə qida və içki şöbəsinin fəaliyyəti - Soltanova H.B., M.M.Ağakərimov..... | 22 |
| Turizmdə yerləşdirmə və iaşə xidməti Soltanova H.B..... | 29 |
| Dünya turizm bazarı - Soltanova H.B., Səfərov R.S..... | 34 |
| Mehmanxana sənayesinin müasir vəziyyəti və inkişaf perspektivləri - Soltanova H.B..... | 42 |
| Mehmanxana xidmətlərinin satış texnologiyası- Dərgahov V.S..... | 50 |
| Mehmanxanalarda personal idarə edilməsi - Dərgahov V.S. Səfərov | R.S. 56 |
| Mehmanxana sənayesində marketing araşdırmaları – Soltanova H.B., Dərgahov V.S..... | 62 |
| Turizmdə xidmət sahələrinin hüquqi əsasları - Dərgahov V.S..... | 66 |
| Beynəlxalq turizmin təşkili - Soltanova H.B..... | 72 |
| Turizmin nizamlanması - Dərgahov V.S..... | 78 |
| Sağlamlıq və rifah turizmi - Dərgahov V.S..... | 82 |
| İnkışaf prosesi və layihə menecmenti – Teymurova G.M. | 87 |
| Turizm sahəsində sahibkarlıq - Soltanova H.B. | 94 |

| | |
|---|------------|
| Turizmdə personal idarə eilməsi - Dərgahov V.S..... | 102 |
| Turizm müəssisələrində ictimaiyyətlə əlaqələr-Əhmədoba İ.İ.... | 108 |
| Beynəlxalq turizmin iqtisadiyyatı - Soltanova H.B..... | 113 |
| Beynəlxalq məsləhət - Dərgahov V.S., Səfərov R.S..... | 120 |
| Azərbaycanda turizm bazarı - Soltanova H.B. | 126 |
| Turizm bazarı və marketinq tədqiqatları - Soltanova H.B..... | 138 |
| Qonaqpərvərlik etikası – Muradzadə V.A..... | 144 |

